

SKRIPSI



PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI PENERAPAN *E-BUSINESS* DI KELURAHAN TIDUNG KECAMATAN RAPPOCINI KOTA MAKASSAR

SETIA MURTI MAKMUR

**PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2019**



SKRIPSI

PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI PENERAPAN *E-BUSINESS* DI KELURAHAN TIDUNG KECAMATAN RAPPOCINI KOTA MAKASSAR

*Diajukan Kepada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi untuk memenuhi
salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1)*

SETIA MURTI MAKMUR

1594043002

**PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

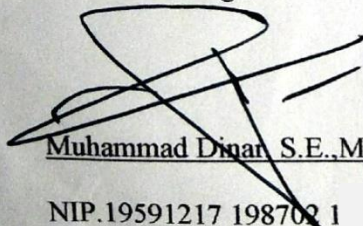
Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Surat Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar Nomor: 0241/UN36.22/KM/2019 tanggal 07 Januari 2019 untuk membimbing saudara:

Nama : Setia Murti Makmur
NIM : 1594043002
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul : Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan *E-Business* Di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan dapat diajukan di depan Panitia Ujian Skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

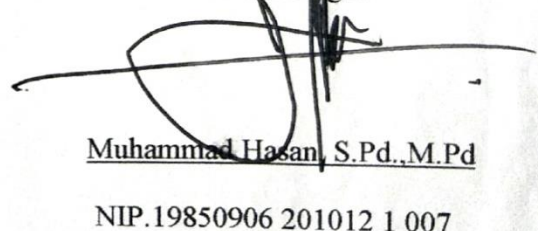
Makassar, September 2019

Pembimbing I



Muhammad Dinar, S.E., M.S
NIP.19591217 198702 1 002

Pembimbing II



Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd
NIP.19850906 201012 1 007

MOTTO

Karena Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan

(QS Asy-Syarah Ayat 5)

The Weak Can Never Forgive.

Forgiveness Is The Attribute Of The Strong

(Mahatma Gandhi)

Beranilah Mengambil Resiko,

Kalau Kamu Berhasil Kamu Pasti Akan Bangga,

Kalaupun Kamu Gagal, Kamu Pasti Akan Bijak

(Setia Murti Makmur)

PERSEMBAHAN

Karya Ini Saya Persembahkan Kepada Ayahanda Makmur dan

Ibunda Tercinta Roskina, Serta Saudara Penulis Novia

Sopherah Makmur, Anugrah Putra Permana Makmur, Dan

Ainun Ma'rifah Makmur; Yang Tulus Dan Ikhlas Memberikan

Dukungan, Nasehat, Motivasi, Dan Do'a yang Tiada Henti Demi

Kesuksesan Dan Kebahagiaanku Di Masa Yang Akan Datang.

Semoga Allah SWT Senantiasa Menyayagi Dan Memberikan

Keselamatan Dunia Akhirat. Amin

ABSTRAK

Setia Murti Makmur. 2019. Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan *E-Business* di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Muhammad Dinar, S.E., M.S. dan Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan industri rumah tangga sektor kuliner dan dampak positif dan negative dalam penerapan *e-business* di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar. Subjek penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar yang memiliki industri rumah tangga yang masih tergolong dalam usaha menengah ke bawah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Industri rumah tangga mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan peluang ekonomi secara luas kepada masyarakat. (2) Mempertahankan eksistensi industri rumah tangga ialah yang harus mampu bersaing, menciptakan kreatifitas dan inovasi yang baru, serta penambahan modal untuk lebih mengembangkan usahanya di masa sekarang dan di masa yang datang.

Kata kunci: **Industri rumah tangga, Kuliner, E-Business**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya Serta Salam dan shalawat semoga tetap tercurahkan kepada kekasih-Nya Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam. Beserta para keluarganya dan sahabat-sahabatnya yang setia mendampingi dan orang-orang yang hingga saat ini masih setia pada ajaran-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan *E-Business* Di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar” sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan, pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini sangat banyak mengalami kendala dan hambatan. Namun dengan kesabaran serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Husain Syam, M. TP. Rektor Universitas Negeri Makassar beserta staf jajarannya yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Negeri Makassar.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Azis, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar beserta jajarannya yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian dan menyelesaikan tugas akhir skripsi.

3. Bapak Muhammad Dinar. S.E, M.S sebagai ketua program studi pendidikan ekonomi sekaligus pembimbing 1 penulis yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan serta saran-saran yang sangat berharga dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Hasan, S.Pd.,M.Pd. Sebagai dosen pembimbing 2 penulis yang dengan senantiasa meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi serta memberikan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Makassar.
5. Bapak Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si. Dosen Penguji 1 yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak Dosen penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Segenap dosen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar yang telah mendidik penulis selama dalam proses pendidikan di Universitas Negeri Makassar.
8. Kepada Bapak Lurah Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar yang bersedia memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Masyarakat Kelurahan Tidung yang bersedia memberikan waktunya kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
10. Kakak dan Adik penulis Novia Sopherah Makmur, Anugrah Putra Permana Makmur, Ainun Ma'rifah Makmur.

11. Sahabat-Sahabat penulis terkhusus dyan Akhrimadhan sulaiman, Ria Utami Dewi, Rini Andri Astuti, Ayat Hidayat, Yusril Afif, Nursuci Ramadhani, Muh.Fadly, Nurul Izmi, Sitti Rapika, Rusnia Fadilah, Rike Annas Tasia, A.Hilda, Nurfadillah, Eva, evi Rahmasari, Nurul Inayah Farahyanti, candra, Auskarni, Ita Kumala Sari, Aswar, Tommi, Obin, Mapanganro, yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta do'a yang tiada hentinya untuk kesuksesan penulis.
12. Teman-teman Improvement 2015 Terkhusus kelas C Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar yang telah membantu dan memberikan kebahagiaan kepada penulis baik suka maupun duka.
13. Teman-teman KKN- TERPADU 2019 Universitas Negeri Makassar terkhusus Posko SMKN 3 Pangkep kelurahan Biraeng Kecamatan Minasatene Kabupaten Pangkep.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penyusun sendiri dan semua pihak yang membutuhkan. Atas segala bantuan dan partisipasi yang telah diberikan semoga menjadi amal saleh senantiasa diterima oleh Allah SWT. Aamiin

Makassar, September 2019

Penulis,

Setia Murti Makmur

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR.....	7
A. Tinjauan Pustaka	7
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Subjek Penelitian dan Sumber Data	31
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	32
E. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian	40
B. Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70
RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
4.1	Tabel data –data para pelaku industri rumah tangga.....	41
4.2	Tabel Perbandingan sebelum dan sesudah penerapan E-Business.....	52

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Ruang Lingkup E-Business 1	16
2.2	Ruang Lingkup E-Business 2	17
2.3	Kerangka Pikir	29
4.3	Pengembangan Industri Rumah Tangga Melalui E-Business	51
4.4	Promosi Melalui Sosial Media 1.....	64
4.5	Promosi Melalui Sosial Media 2.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Lembar Validasi Pedoman Wawancara	71
2.	Pedoman Wawancara dan Sumber data	73
3.	Pedoman Wawancara	75
4.	Dokumentasi.....	76
5.	Permohonan Seminar Proposal	79
6.	Usulan Judul.....	80
7.	Usulan Penerbitan SK	81
8.	Persetujuan judul dan calon Pembimbing.....	82
9.	SK Pembimbing.....	83
10.	Halaman Pengesan Proposal.....	84
11.	persetujuan waktu seminar proposal.....	85
12.	persetujuan jadwal proposal.....	86
13.	tanda terima proposal.....	87
14.	daftar hadir peserta proposal	88
15.	bukti perbaikan proposal	89
16.	Surat Izin Penelitian Ke Permodalan	90
17.	Surat Izin Penelitian Ke Walikota.....	91
18.	Surat Izin Penelitian Ke Camat.....	92
19.	Surat Izin Penelitian Ke Lurah.....	93
20.	Surat Izin Penelitian Ke RW.....	94
21.	Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, teknologi internet telah berkembang menjadi sebuah strategi baru yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang mereka kelola. *E-business* adalah salah satu contoh dari strategi berbasis teknologi internet yang dapat membantu pelaku usaha untuk berkomunikasi dan mendistribusikan barang dan jasanya kepada konsumen.

E-business sendiri bisa didefinisikan sebagai penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan performa dari proses bisnis yang meliputi penjualan dan pembelian produk dan jasa melalui situs web yang melibatkan *stakeholder* seperti konsumen, pemilik usaha, vendor dan pemasok (Raisinghani, dkk., 2007).

UKM (Usaha Kecil dan Menengah) saat ini terkait dengan situasi persaingan global yang sangat kompleks, pesatnya perkembangan teknologi dan jaringan bisnis yang luas. Karena pentingnya UKM bagi perekonomian, penting bagi UKM untuk merangkul teknologi baru dan beradaptasi dengan perubahan sosial seperti *e-commerce* yang penggunaannya semakin meningkat. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, yang system dan manajemen pemasaran berbasis teknologi atau online.

Pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang di sekitarnya sebagai karyawannya. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak

langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. Dengan begitu, usaha perusahaan kecil ini otomatis dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran.

Sebagaimana kegiatan industri rumah tangga pada umumnya memusatkan kegiatan di sebuah rumah keluarga tertentu dan biasanya para karyawan berdomisili di tempat yang tak jauh dari rumah produksi tersebut. Karena secara geografis dan psikologis hubungan mereka sangat dekat (pemilik usaha dan karyawan), memungkinkan untuk menjalin komunikasi sangat mudah.

Dari kemudahan dalam berkomunikasi ini diharapkan dapat memicu etos kerja yang tinggi. Karena masing-masing merasa bahwa kegiatan ekonomi ini adalah milik keluarga, kerabat dan juga warga sekitar. Merupakan tanggung jawab bersama dalam upaya meningkatkan usaha mereka.

Indutri rumah tangga diharapkan berperan dalam memecahkan masalah-masalah pengembangan industri di Indonesia. Karena industri rumah tangga mempunyai unit usaha yang jauh lebih baik di bandingkan kelompok usaha industri sedang dan industri besar. Hal tersebut di sebabkan industri rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomian, dan merupakan bagian terbesar dengan menumbuh kembangkan sekitar 99,19% dari keseluruhan usaha di sektor industri. Alasan pentingnya pengembangan industri rumah tangga sektor kulineryaitu, industri rumah tangga sektor kuliner saat ini dan masa yang akan datang memiliki prospek pasar yang sangat baik untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Usaha kuliner atau makanan di kota Makassar sedang mengalami perkembangan yang relatif pesat. Perkembangan yang pesat ini menyebabkan semakin banyak orang tertarik untuk menjalankan usaha seperti ini. Kuliner bisa menjadi identitas suatu suku, kota, bahkan bangsa. Dalam perjalanannya, kuliner terkadang dijadikan alat untuk menilai status sosial seseorang. Kuliner pun bisa bercerita tentang sejarah peradaban dan menjadi salah satu daya tarik pariwisata.

Kota Makassar adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki berbagai makanan khas daerah, yang dalam perkembangannya semakin tenggelam dengan kehadiran kuliner modern. Banyak faktor yang memungkinkan hal ini terjadi, salah satunya adalah teknologi yang tidak di manfaatkan dengan baik..

Semakin meningkatnya mobilitas kegiatan manusia terutama bagi mereka yang bekerja menuntut pelayanan yang cepat, tepat dan efisien termasuk dalam hal makan. Mereka tidak akan mau bertoleransi dengan waktu tunggu yang lama apalagi kesalahan dalam memesan makanan karena hal tersebut akan menghabiskan waktu mereka yang berharga. Banyak alternatif makanan yang tersedia di sekitar mereka, dari yang *fresh food* sampai *fast food* dan dari yang mahal sampai murah, bahkan dari yang jangkauan lokasinya dekat sampai yang jauh, semua diserahkan sepenuhnya sesuai selera dan pilihan mereka. Meski pengelolaannya sudah dianggap efektif namun masih ada kekurangan pada saat hal pembayaran dan pemesanan apa lagi terkadang ada nota yang hilang khususnya pada rumah makan sederhana. Sebagai contoh pada hal pemesanan kita banyak masih melihat kelambatan para pegawai dalam mencatat menu makanan yang kita pilih dan dalam hal pembayaran dikasir kita masih menunggu waktu

yang cukup lama karena pegawai kasir harus mencari nota pesanan kita dulu dan bahkan kita perlu mengantri untuk membayarnya.

Pemanfaatan teknologi informatika dan *e-business* bukan menjadi subyek, tetapi suatu media bantu (*enabler*) yang seperti halnya hasil olah budidaya manusia bertujuan untuk memberikan peningkatan perbaikan taraf hidup manusia. Tanpa adanya jaminan hasil akhir tersebut, keberadaan dan penerapan *e-business* tidak akan mendapat sambutan dan tidak memberi dorongan penggunaannya.

Perkembangan akan aktivitas para pelaku usaha sebagai subyek tanpa harus memaksakan akan menjadi kata kunci. Bila dikaji, basis *e-business* dan Internet adalah pengolahan informasi yang lebih terkelola. Proses akulturasi dilakukan melalui perubahan kebiasaan sikap produktif secara *gradual*, namun “berakar” kokoh. Dengan melihat berbagai sinyal perubahan yang telah terjadi baik dari segi masyarakat maupun dari bisnis itu sendiri, dan menimbang pentingnya dukungan infrastruktur teknologi dan komunikasi maka disinilah ide bisnis hadir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan meleburkan berbagai elemen penting bisnis, sumber daya manusia, partner bisnis dan nilai pelanggan menjadi satu dan memadukannya dengan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam ide bisnis. Akan tetapi industri rumah tangga di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar rata-rata belum terlalu mengerti dan memahami penggunaan system pemasaran berbasis *e-business*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengembangan Industri Rumah Tangga**

Sektor Kuliner Melalui Penerapan *E-Business* di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengembangkan industri rumah tangga sektor kuliner melalui penerapan *e-business* di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar?
2. Apakah dampak dari penerapan *e-business* dalam mengembangkan industri rumah tangga di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengembangan industri rumah tangga sektor kuliner melalui *e-business* di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar.
2. Untuk dapat mengetahui dampak positif dan negative *e-business* di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar.

D. Manfaat penelitian

Hasil penelitian yang dilaksanakan sesuai dengan kaidah ilmiah diharapkan dapat dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan dalam memahami koherensi kontribusi pengembangan industri rumah tangga melalui penerapan *e-business* sebagai bahan kajian untuk penelitian selanjutnya yang lebih dalam.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi pengambil keputusan maupun bagi pengelola untuk mengembangkan industri rumah tangga melalui *e-business* untuk mensejahterakan masyarakat. Diharapkan penelitian ini bermanfaat dalam memberikan gambaran dan masukan kepada pelaku bisnis industri rumah tangga.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

A. Tinjauan Pustaka

1. Industri Rumah Tangga

Istilah industri rumah tangga atau *home industry* adalah tempat tinggal yang merangkap tempat usaha, baik itu berupa usaha jasa, kantor hingga perdagangan. Semula pelaku *home industry* yang memiliki desain ini adalah kalangan *enterpreneur* dan profesional, yang sekarang mulai meluas pada kalangan umum, untuk memiliki lokasi yang strategis untuk tempat berkembangnya usaha jenis rumahan ini tidak terlepas dari berkembangnya virus *enterpreneur*/kewirausahaan yang berperan membuka pola pikir ke depan masyarakat bahwa rumah bukan hanya sebagai tempat tinggal namun dapat digunakan juga sebagai tempat mencari penghasilan (Alkim, 2005:3).

Menurut Mudrajat Kuncoro, industri kecil dan rumah tangga (IKRT) memiliki peranan yang cukup besar dalam sektor manufaktur dilihat dari sisi jumlah unit usaha dan daya serapnya terhadap tenaga kerja, namun lemah dalam menyumbang nilai tambah (Jamiko, 2004:62).

Industri dapat digolongkan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan jumlah investasi. Menurut Badan Pusat Statistik (2017), perusahaan industri pengolahan dibagi dalam 4 golongan yaitu :

- a. Jumlah tenaga kerja 1-4 orang untuk industri rumah tangga
- b. Jumlah tenaga kerja 5-19 orang untuk industri kecil
- c. Jumlah tenaga kerja 20-99 orang untuk industri menengah

- d. Jumlah tenaga kerja ≥ 100 orang untuk industri besar.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Industri rumah tangga memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap pemanfaatan sumber daya manusia, yaitu memberikan peluang kerja dalam upaya mengurangi pengangguran. Perubahan pola pertanian menuju agroindustri juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk mencari alternatif penghasilan tambahan melalui industri rumah tangga (Al-kautsar, 2013).

Industri rumah tangga disebut pula sebagai suatu kegiatan keluarga, yaitu sebagai unit-unit konsumtif dan produktif yang terdiri dari paling sedikit dua anggota rumah tangga yang sama, sama-sama menanggung pekerjaan makanan dan tempat berlindung (Kimbal, 2015).

Industri rumah tangga adalah usaha yang di lakukan dengan jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang. Industri ini memiliki modal yang sangat terbatas. Tenaga kerja bisa berasal dari anggota keluarga. Pemilik atau pegelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya.

2. Kuliner

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum di kembangkan secara maksimal, termaksud di dalamnya sektor kuliner. Maka perlu diupayakan pengembangan produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan sektor kuliner. Hampir sebagian besar wisatawan selalu menyempatkan diri untuk mencicipi makanan dan minuman khas daerah tujuan wisata. Istilah wisata kuliner pun kini sudah tidak asing lagi di masyarakat Indonesia. Banyak orang yang mulai menaruh minat dan perhatiannya pada dunia kuliner.

Kuliner adalah hasil olahan berupa masakan, masakan tersebut berupa lauk pauk, makanan dan minuman. Setiap daerah memiliki citarasa makanan tersendiri, maka dari itu setiap daerah memiliki tradisi kuliner yang berbeda. Kemasan kreatif untuk mengembangkan kuliner adalah tantangan. Apalagi Indonesia sangat kaya dengan resep kuliner khas yang secara turun temurun diwariskan dalam setiap keluarga.

Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Karena setiap orang memerlukan makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba enak (Juwana,2009: 67).

Kuliner adalah salah satu subjek pembicaraan yang selalu hangat dan menarik di kalangan manapun. Bahkan, di mana-mana saat ini bisnis kuliner semakin menjamur mengikuti permintaan pasar yang sangar antusias. Belakangan ini, peluang usaha kuliner sangat menjanjikan, terutama dari segi keuntungan. Jika

kita jeli dan memperhatikan keadaan sekitar maka tentu kita akan menyadari betapa banyaknya orang-orang yang terjun di bisnis sektor kuliner.

Di kota Makassar sendiri sudah banyak orang-orang yang berkecimpung dalam melakukan industri rumah tangga sektor kuliner dan mengembangkan bisnisnya melalui penerepan *e-business* dimana produk-produk yang mereka hasilkan akan mereka pasarkan melalui jaringan internet atau di pasarkan secara online (*e-commerce*).

3. ***E-Business***

E-business adalah penggunaan teknologi informasi untuk memudahkan proses bisnis, melakukan *e-commerce* dan menyediakan kerjasama untuk mendukung komunikasi perusahaan. Hampir sama dengan *e-commerce*, istilah

E-business mengacu pada penggunaan internet untuk berdagang. Adanya kesamaan terminologi dengan *e-mail*, *e-commerce*, karena sama-sama menggunakan internet. Istilah yang lebih umum dibanding *e-commerce*, tidak hanya pada pembelian dan penjualan, tetapi juga pada pelayanan pelanggan dan bekerja dengan mitra bisnis. Pengertian paling sederhana, *e-business* adalah penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan dan mengubah bentuk proses bisnis utama. Kebanyakan perusahaan sudah mulai banyak berkembang dari praktik bisnis tradisional ke *e-business*.

Saat ini, pemanfaatan strategi *e-business* tidak hanya didominasi oleh unit usaha berskala besar saja. Banyak pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang mulai memanfaatkan strategi *e-business* sebagai bagian dari strategi yang diharapkan mampu meningkatkan performa bisnis mereka.

Menurut Bantley dan Whitten (2007), *e-business* merupakan suatu bentuk aktifitas hasil dari kegunaan internet dalam mengurus dan mendukung kegiatan bisnis dalam suatu perusahaan setiap harinya.

Chaffey (2007), mendefinisikan *e-business* sebagai penggunaan jaringan elektronik untuk bisnis dan biasanya menggunakan teknologi web.

Turban (2008), *e-business* merujuk pada definisi yang lebih luas dari *e-commerce*, tidak hanya sekedar menjual dan membeli produk atau jasa, tetapi juga melayani pelanggan, kolaborasi antar rekan bisnis dan membawa sebuah perusahaan dalam melakukan transaksi secara elektronik.

Turban, Leodner, McLean dan Wheterbe (2008), *e-business* tidak hanya menjual atau membeli barang dan jasa tetapi juga melayani konsumen, kerjasama dengan berbagai partner bisnis, melakukan *e-learning* dan melakukan transaksi elektronik di dalam sebuah organisasi.

Ahmadi (2013:7), *e-business* adalah proses dimana sebuah organisasi atau perusahaan melakukan proses bisnis tersebut pada saluran jaringan di sebuah media elektronik.

Menurut Tawfik dan Albrecht (2008), *e-business* dapat didefinisikan sebagai penggunaan sarana elektronik untuk melakukan bisnis organisasi internal atau juga eksternal. Kegiatan internal berupa menghubungkan antar karyawan dengan menggunakan intranet, *e-business* juga dapat mendukung pelayanan purna jual dan mengkolaborasikan perusahaan dengan perusahaan rekan bisnisnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-business* merupakan wujud aktifitas yang berasal dari kegunaan internet mencakup seluruh kegiatan bisnis pada

perusahaan, yang diantaranya berupa aktifitas layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis serta transaksi jual beli produk atau jasa menggunakan jaringan elektronik yang biasanya memanfaatkan teknologi web sebagai medianya.

E-business adalah kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dengan memanfaatkan teknologi elektronik seperti komputer dan internet. Kegiatan *e-business* juga memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal secara lebih efisien dan fleksibel.

E-business adalah suatu kegiatan transaksi, jual-beli, bisnis yang dilakukan melalui perangkat elektronik atau dengan internet sehingga perusahaan dapat langsung berinteraksi dengan *costumer*, *supplier* maupun rekan bisnis. Atau arti yang lebih singkat dari *e-business* yaitu penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjalankan sekaligus mengelola bisnisnya sehingga dapat memperoleh keuntungan. Teknologi informasi dan komunikasi pada *e-business* digunakan untuk meningkatkan bisnis perusahaan yang mencakup semua aspek yang berorientasi pada *profit* maupun *nonprofit*.

E-business merupakan suatu proses bisnis yang berhubungan dengan sistem informasi. Metode *e-business* memungkinkan perusahaan berhubungan dan mengakses data internal dan eksternal dengan proses yang lebih efisien dan fleksibel, agar hubungan lebih erat dengan pemasok dan mitra usaha, dan untuk lebih memuaskan keinginan dan harapan pelanggan.

Dalam praktiknya, *e-business* lebih berfokus pada strategi dengan fungsi yang menggunakan kemampuan elektronik. *E-business* melibatkan seluruh rantai

nilai dalam proses bisnis, yaitu pembelian elektronik dan manajemen rantai pasokan, memproses pesanan secara elektronik, mengatur pelayanan pelanggan, dan bekerjasama dengan mitra usaha. Standar teknis khusus untuk *e-business* adalah untuk memfasilitasi adanya pertukaran data antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Solusi *softwaree-business* memungkinkan integrasi antara intra dan interproses bisnis perusahaan. *E-business* dapat diatur melalui internet, intranet, ekstranet (Ahmadi, 2013:9).

Penggunaan teknologi *e-business* mempermudah kinerja perusahaan dan meningkatkan kualitas perusahaan. Penerapan teknologi ini dapat memperluas pangsa pasar perusahaan terutama adalah biaya untuk iklan yang murah dibandingkan dengan iklan di jalan maupun media massa. Perlu adanya sosialisasi dan pembelajaran yang mendalam serta persiapan yang matang sebelum menerapkan aplikasi *e-business*. Kelemahan pada *e-business* dapat diatasi dengan cermat, namun dibutuhkan lebih dari sekedar rencana yang matang, juga tenaga ahli yang menanganinya. Perusahaan yang tidak mau beralih ke teknologi ini, lambat laun akan kewalahan menghadapi era pasar terbuka nantinya.

a. Aplikasi *e-business*

Dalam menerapkan konsep *e-business*, peranan aplikasi sangat vital. Beragamnya kebutuhan untuk melayani pelanggan memaksa perusahaan untuk membeli dan mengembangkan berbagai aplikasi bisnis maupun teknis. Sehubungan dengan hal tersebut, memiliki arsitektur aplikasi *e-business* yang handal akan sangat menentukan kinerja perusahaan dalam menghasilkan produk dan jasa yang dapat memuaskan pelanggan. Kebanyakan perusahaan di masa lalu

biasanya mengembangkan aplikasi berdasarkan fungsi-fungsi yang ada di perusahaan. Contohnya adalah aplikasi keuangan, aplikasi pemasaran, aplikasi sumber daya manusia, aplikasi pengadaan, aplikasi manufaktur, dan lain sebagainya (Hermawan, 2013:15).

Ketika perusahaan hendak mengintegrasikan berbagai aplikasi ini untuk mengimplementasikan konsep *e-business*, yang biasa dilakukan oleh manajemen adalah menghubungkan satu aplikasi dengan lainnya sesuai dengan urutan proses. Masing-masing aplikasi pada mulanya dibangun sendiri-sendiri sehingga untuk menghubungkannya dikembangkan beberapa program antar muka (*interface*) agar *output* dari sebuah aplikasi dapat dibaca sebagai *input* dari aplikasi lainnya.

Macam-macam aplikasi *e-business* menurut Indrajit (2002:20) yaitu :

1. *Customer Relationship Management (CRM)* :

Sistem kustomisasi real time yang memanajemen *customer* dan melakukan personalisasi produk dan servis berdasarkan keinginan *customer* atau menyangkut hubungan antara perusahaan dengan konsumen yang meliputi pemasaran, data-data penjualan dan pelayanan, anggapan dari konsumen.

2. *Enterprise Resource Planning (ERP)* :

Sistem informasi pendukung *e-business*, yang menyediakan berbagai macam kebutuhan perusahaan seperti *supply chain*, *customer relation marketing*, *marketing*, *warehouse*, *shipping*, dan *payment*, serta mampu melakukan otomatisasi proses bisnis atau menyangkut hubungan dalam internal perusahaan

tersebut, yang meliputi: *Production Planning, Integrated Logistics, Accounting and Finance, Human Resource, Sales and Distribution, Order Management*.

3. *Enterprise Application Program (EAI)* :

Merupakan konsep integrasi berbagai proses bisnis dengan memperbolehkan mereka saling bertukar data berbasis *message*. *EAI* berfungsi sebagai penghubung *ERP* dengan *SCM* atau *ERP* dengan *CRM*.

4. *Supply Chain Management (SCM)* :

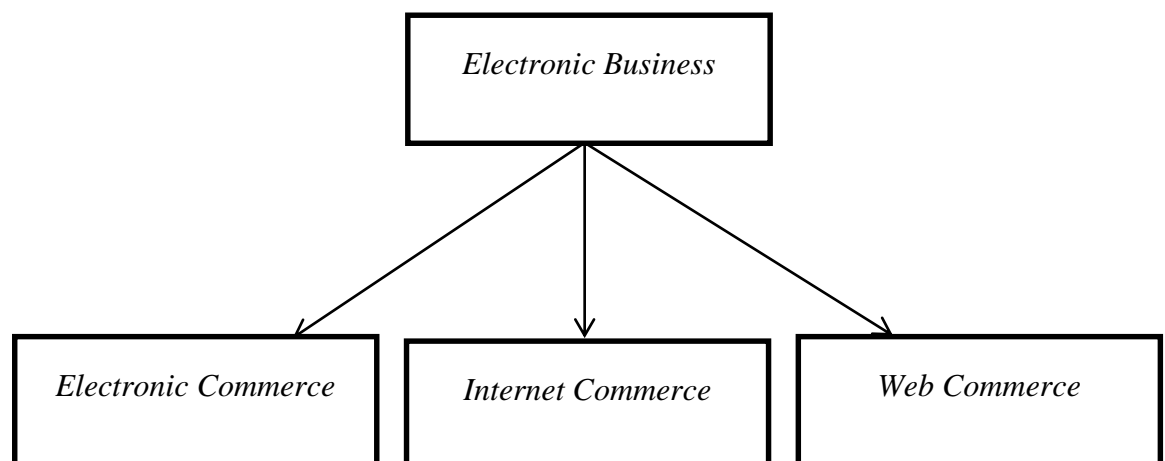
Manajemen rantai *supply* secara otomatis terkomputerisasi. *SCM* menyangkut hubungan antara perusahaan dengan *supplier*.

Perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif jika sanggup menjadi pemimpin pasar dibandingkan dengan pesaing lainnya di industri yang relatif sama. Ditinjau dari aspek kepada pelanggan, perusahaan berhasil menciptakan sebuah pendekatan baru dan unik di dalam mengelola komunikasi dan interaksi dengan pelanggannya. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan sebuah suasana yang intim dan akrab dengan pelanggan, sehingga konsumen selalu loyal dengan perusahaan tersebut. *Customer Relationship Management* merupakan aspek penting yang harus selalu diperhatikan perusahaan. Selain itu kecepatan penciptaan produk baru dan kecepatan pengirimannya ke tangan pelanggan juga menjadi kriteria utama yang menjadi bahan pertimbangan posisi perusahaan di dunia persaingan. Semakin cepat pelanggan dapat memperoleh produk pesannya, semakin baik. Dan tentu saja perusahaan akan berhasil mencapai kondisi ini jika manajemen rantai pasokannya (*Supply Chain Management*) terkelola secara optimal.

Ruang Lingkup *e-business* Sulianta (2009) berpendapat bahwa *e-commerce*, *Internet Commerce* dan *web commerce* merupakan ruang lingkup *e-business* yang memiliki keterikatan yang erat satu dan lainnya. Dalam hal ini Sulianta menjelaskan bahwa *electronic data Interchange* (Pertukaran data elektronik) merupakan interaksi yang dilakukan oleh pengguna *e-commerce* dalam melakukan suatu interaksi maupun transaksi.

Indrajit (2002:19), menjelaskan bahwa di berbagai kesempatan para praktisi bisnis maupun teknologi informasi keliru mempergunakan istilah *e-commerce* dan *e-business* dalam presentasinya. Hal ini dikarenakan banyak teori yang berkembang sehubungan dengan kedua fenomena bisnis tersebut, kecepatan kemajuan teknologi informasi semakin memperluas dan mengaburkan arti *e-commerce* maupun *e-business*.

b. Ruang lingkup *e-business*



Gambar 2.1 Ruang Lingkup *E-Business*
(Sumber : Sulianta 2009:7)

Namun demikian hampir semua praktisi dan ahli bisnis maupun teknologi informasi sepakat pada konsep yang mengatakan bahwa domain *e-business* jauh lebih luas dibandingkan dengan *e-commerce*. Berikut merupakan ruang lingkup *e-business* menurut Indrajit:



Gambar 2.2 Ruang Lingkup *E-Business*

Sumber : (Indrajit, 2002:19)

Diagram di atas dapat memperlihatkan hubungan antara kedua hal tersebut. Jika domain *e-tailing* lebih berintikan mekanisme perdagangan antara perusahaan dengan konsumen langsungnya atau yang lebih dikenal dengan relasi bisnis *B2C* (*Business to Consumers*), maka *e-commerce* memiliki domain yang lebih luas karena terkandung didalamnya relasi bisnis antara dua atau lebih perusahaan, atau yang lebih dikenal dengan *B2B* (*Business to Business*). Yang terlihat dalam konteks ini adalah suatu pengertian bahwa mekanisme *e-commerce* lebih terfokus pada aktivitas transaksi elektronik antar dua atau lebih dari *entity* bisnis, sementara *e-business* memiliki ruang lingkup yang luas yang dimaksudkan dengan *e-business* secara umum adalah berbagai aktivitas di dalam perusahaan, baik yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan berbagai proses pertukaran barang atau jasa dengan memanfaatkan teknologi digital.

Dengan kata lain, seluruh rangkaian proses yang kerap dijumpai dalam aktivitas bisnis masuk ke dalam domain definisi *e-business*, seperti yang kerap

dijumpai dalam berbagai aplikasi sistem informasi semacam *Supply Chain Management (SCM)*, *Demand Chain Management (DCM)*, *Customer Relationship Management (CRM)*, *Enterprise Resource Planning (ERP)*.

c. Dampak positif dan negatif dari *e-business*

Adapun beberapa dampak positif dari *e-business* di antaranya :

1) Akses yang mudah

Maksudnya adalah supaya dapat terhubung atau berinteraksi jarak jauh atau tidak langsung dengan konsumen, para pembisnis hanya membutuhkan koneksi internet yang memadai.

2) Lebih tepat sasaran

Jadi para pembisnis yang ingin mempromosikan produknya akan lebih tepat sasaran, sehingga konsumenpun akan bertambah.

3) Menghemat waktu

Jika untuk berinteraksi ataupun bertransaksi harus menemui konsumen atau menemui rekan bisnis, tapi dengan adanya *e-business* komunikasi dapat dilakukan secara online di internet sehingga dapat menghemat waktu.

4) Tidak membutuhkan modal yang terlalu besar

Kebanyakan orang beranggapan bahwa untuk memulai suatu bisnis membutuhkan modal yang cukup besar, khususnya dalam melakukan promosi produk yang akan di jual. Adapun beberapa negatif yang dimiliki oleh *e-business* di antaranya:

1) Tidak adanya pertemuan secara langsung

Yaitu tidak ada akses antara pembisnis dengan konsumen sehingga tidak akan terjadi tatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli. Jika ingin bertemu harus membuat kesepakatan terlebih dahulu.

2) Beresiko terjadinya penipuan

Karena transaksi tidak secara langsung maka beresiko terjadinya penipuan, terutama bagi pembisnis pemula yang masih kurang pengetahuan mengenai bisnis di internet. Tapi saat ini banyak sekali cara untuk menghindari penipuan salah satunya dengan transaksi menggunakan rekening bersama, sehingga transaksi menjadi lebih aman.

3) Pencurian informasi

Jika keamanan dalam bisnis online tidak berjalan dengan baik, pencurian terhadap informasi atau data penting tersebut terjadi. Pihak yang dirugikan adalah pelaku bisnis online yang tentu saja mengalami kerugian besar.

4) Kehilangan kesempatan bisnis

Kesalahan ini terjadi bukan karena di sengaja dan merupakan kesalahan non teknis, seperti terjadinya seperti aliran listrik yang tiba-tiba padam, gangguan jaringan internet dan sebagainya.

5) Kehilangan finansial

Hal tersebut bisa saja terjadi karena sebuah kecurangan.

Contohnya: seseorang penipu yang mengklaim telah mentransfer uang dengan memberikan sebuah bukti foto sejumlah uang yang telah ditransfer, akan tetapi sebenarnya dalam foto tersebut telah di edit sedemikian rupa sehingga pelaku bisnis mengalami kerugian karena telah mengirimkan produk yang telah dibeli oleh konsumen dengan bukti pembayaran fiktif.

6) Penggunaan akses oleh orang yang tidak bertanggung jawab (*Hacker*)

Seseorang yang telah berhasil mengakses atau membobol sebuah sistem keuangan dalam sebuah perusahaan, kemudian setelah itu dia memindahkan jumlah uang dalam rekening perusahaan tersebut ke rekeningnya sendiri.

7) Kehilangan kepercayaan dari konsumen

Hal ini dikarenakan berbagai macam faktor seperti pelayanan yang kurang memuaskan terhadap konsumen. Untuk dapat mengembalikan kepercayaan konsumen, sebagai pelaku bisnis seperti anda harus dapat meningkatkan kembali pelayanan pada konsumen.

d. Konsep *e-business*

Teknologi informasi dan komunikasi adalah komponen yang sangat penting dalam proses bisnis, baik barang maupun jasa dalam meraih keunggulan kompetitif. Teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara orang bekerja (*the way people work*) sekaligus mengubah cara perusahaan bersaing (*the way business compete*). Dukungan teknologi informasi dan komunikasi mengembangkan cara baru dalam bertransaksi (*e-commerce*).

Perkembangan fungsi *e-commerce* mendorong munculnya *e-business*. *E-business* merupakan praktik pengelolaan proses bisnis utama seperti

perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, penjualan, dan penyediaan layanan melalui penggunaan teknologi informasi/komunikasi, dan/atau data yang telah terkomputerisasi (Alter, 2002). Dengan kata lain, *e-business* dapat didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam mendukung semua kegiatan bisnis.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *e-business* di antaranya promosi yang dilakukan tepat oleh perusahaan, budaya perusahaan dan pengetahuan serta kemampuan sumber daya perusahaan dalam hal perkembangan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) *e-business* itu sendiri. (Bentahar dan Namaci, 2012)

e. Teori perancangan

- 1) Pemasaran. Menurut Kotler, (2016:27) pemasaran merupakan proses mengidentifikasi dan menghubungkan manusia dan kebutuhan sosialnya. Pemasaran adalah aktifitas dan proses untuk membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar informasi yang mempunyai nilai untuk konsumen, klien, mitra dan masyarakat.
- 2) Perilaku Konsumen. Perilaku konsumen adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan baik itu ketika persiapan pembelian produk termasuk dalam perilaku konsumen. (Shiffman dan Kanuk, 2000).
- 3) Inbound Marketing. Menurut *Hubspot*, sebuah perusahaan Internasional yang menangani pemasaran digital, *Inbound Marketing*

merupakan strategi untuk membuat calon konsumen lebih tertarik mencari produk kita melalui optimasi berbagai media di *platform digital*.

- 4) Media. Di era perkembangan digital, ada satu media baru muncul dan menjadi media yang banyak digunakan yaitu media sosial yang merupakan sebuah media online, di mana para penggunanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia. (Mulyani, 2014 : 25).
- 5) DKV. Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yaang di aplikasikan dalam pelbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri warna, huruf dan tipografi, gambar (ilustrasi), dan layout. Semua itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual kepada target sasaran. (Tinarbuko, 2009:23)

Adapun media perancangan promosi dapat melalui aplikasi *instagram* dan *facebook*. Promosi melalui sosial media seperti *instagram* dan *facebook* dapat membantu bisnis kecil untuk menemukan konsumen dan mencari konsumen yang potensial. Dengan sosial media anda bisa mendapatkan informasi penting dari kompetitor, yang kemudian dapat meningkatkan strategi pemasaran anda. Dengan cara ini, anda bisa menganalisa teknik apa saja yang digunakan oleh kompetitor dan melakukan hal yang lebih baik dari yang mereka lakukan.

f. Manfaat *e-business*

Beberapa manfaat yang bisa di dapatkan dari *e-business*, yang diantaranya seperti:

- 1) Memperluas pasar, dengan *e-business* perusahaan atau pembisnis dapat memperluas pasarnya sehingga dapat memasuki pasar nasional maupun internasional, sehingga pembisnis dapat menjangkau banyak pelanggan.
- 2) Menekan biaya telekomunikasi dan waktu transaksi serta penerimaan produk.
- 3) Konsumen dapat melihat barang, spesifikasi dan informasi lainnya melalui internet sehingga tidak perlu repot-repot harus mendatangi penjual.
- 4) Meningkatkan citra yang baik di mata para konsumen tentunya dengan pelayanan yang baik juga, sebab dengan media internet informasi dapat dengan cepat tersebar dan masih banyak lagi keuntungan yang lainnya.

Manfaat implementasi *e-business*:

- a) Meningkatkan kinerja dari operasional perusahaan
- b) Meningkatkan peluang akses baik ke pasar, pemasok dan pendanaan yang sangat luas
- c) Meningkatkan keefektifan dan keefisienan perusahaan
- d) Mempermudah dalam pengelolaan asset perusahaan
- e) Meningkatkan layanan kepada pelanggan agar terus berkualitas
- f) Meningkatkan komunikasi semua *stakeholders*
- g) Mengatasi segala kesenjangan digital
- h) Memanfaatkan media untuk mempromosikan kompetensi perusahaan
- i) Memperlancar proses transaksi bisnis

- j) Merupakan salah satu sarana dari penyebaran informasi dengan secara luas melalui internet

g. Unsur-unsur *e-business*

Adapun unsur-unsur pada *e-business*, yang diantaranya sebagai berikut:

1) Pelaku bisnis

Diantaranya seperti organisasi, produsen atau perusahaan, *supplier*, rekan bisnis, konsumen dll.

2) Alat, media atau sumber daya yang digunakan

Diantaranya seperti teknologi informasi dan komunikasi (Komputer, internet dll).

3) Kegiatan dan sasarannya

Diantaranya seperti kegiatan dan proses bisnis (pelayanan, penjualan dan transaksi) serta operasi bisnis utama.

4) Tujuannya

Diantaranya seperti komunikasi, koordinasi, pengolahan organisasi, transformasi proses bisnis dan berbagi informasi.

5) Beberapa keuntungan yang bisa di dapatkan

Diantaranya seperti pendekatan yang relatif aman, lebih fleksibel, efisien, peningkatan produktivitas, peningkatan keuntungan, bisnis yang terintegrasi dll.

h. Penerapan *e-business*

1) B2B (*Business to Business*)

Merupakan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet, extranet, intranet, atau jaringan local.

2) B2C (*Business to Consumer*)

Meliputi penjualan retail barang dan jasa kepada pembeli perorangan. Model bisnis dari B2C terjadi pada pelelangan, perusahaan penjual jasa, dan perusahaan retail online (*e-tailing*). B2C dapat membantu pengusaha kecil dan menengah karena dapat menyingkirkan perantara, menghemat biaya dan memberikan kemudahan, pertumbuhan bisnis lebih pesat daripada biaya yang harus dikeluarkan, dan adanya kebutuhan akan modal kerja yang lebih rendah dibandingkan dengan kasus bisnis konvensional sehingga harga dapat ditekan menjadi lebih murah.

3) C2C (*Consumer to Consumer*)

Merupakan model bisnis dimana konsumen bertransaksi langsung dengan konsumen lain. Dalam pengimplementasian *e-business*, terdapat beberapa konsep atau strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan, diantaranya sebagai berikut:

- a) ERP (*Enterprise Resource Planning*) merupakan strategi bisnis dari sistem informasi perusahaan yang dapat digunakan untuk berkoordinasi mengenai sumber daya dan informasi yang digunakan untuk proses dalam berbisnis.
- b) EAI (*Enterprise Application Programs*) merupakan strategi bisnis mengenai konsep integrasi dari proses bisnis yang memungkinkan antar perusahaan dapat bertukar informasi.

- c) CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan strategi bisnis dari layanan dan perangkat lunak (*software*) yang di desain untuk meningkatkan keuntungan dan kepuasan para konsumen.
- d) SCM (*Supply Chain Management*) merupakan strategi manajemen mengenai rantai suplai yang secara otomatis akan terkomputerisasi.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang akan di teliti oleh penulis yaitu Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan *E-Business* Di Kelurahan Tidung Kecamatan rapocini Kota Makassar yaitu sebagai berikut :

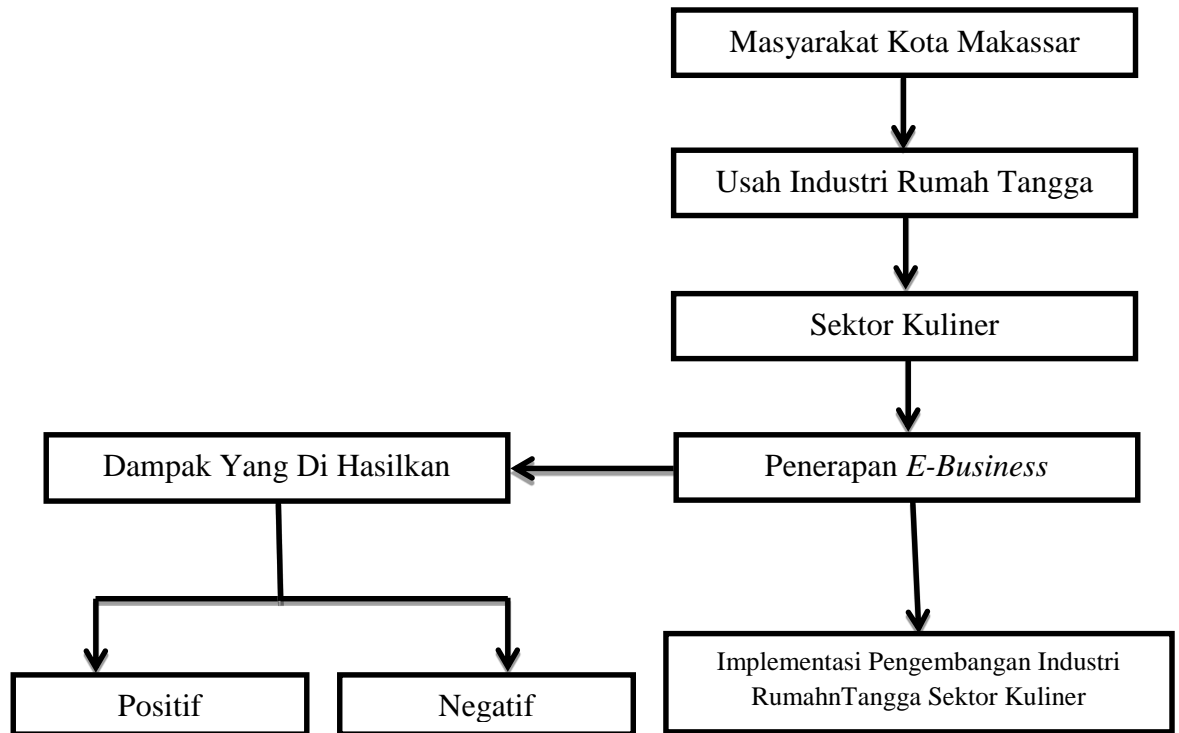
1. Handarko (2017) yang berjudul “Penerapan Strategi *E-business* Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dari Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (study kasus trooper Eletronic Yogyakarta)” penelitian ini bertujuan untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dari Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (Studi Kasus Trooper Electronic Yogyakarta). Berkembangnya teknologi internet membuat banyak pelaku usaha termasuk UMKM mulai memanfaatkan teknologi tersebut untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Strategi pemanfaatan teknologi internet untuk meningkatkan performa proses bisnis dari sebuah unit usaha disebut sebagai *e-business*. Hanya saja untuk menerapkan strategi *e-business* tersebut, unit usaha seperti UMKM memerlukan sebuah model atau kerangka kerja yang dapat membantu mereka memastikan bahwa strategi yang mereka terapkan sesuai dengan kondisi dan proses bisnis dari UMKM tersebut.

2. Nadya Cahya Saputra (2018) yang berjudul “Bisnis Plan Pengembangan Usaha Optik dengan Basis *E-Bisnis*” penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap persaingan pada usaha optik menuntut untuk adanya perubahan terutama untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. Kompetisi yang dihadapi tidak hanya dalam bentuk harga dan kualitas tetapi juga berbentuk pelayanan dan waktu. Penerapan sistem informasi juga dianggap sebagai suatu keunggulan kompetitif sehingga perusahaan berlomba-lomba untuk menerapkannya. Bertumbuhnya jumlah pesaing yang sudah memanfaatkan teknologi di dalam proses bisnisnya, membuat profit Biooptik menjadi stagnan karena biooptik masih menggunakan sistem konvensional dalam semua proses bisnisnya. Melihat keadaan tersebut, biooptik harus dapat melakukan strategi yang tepat agar mampu bersaing dan menguasai pasar karena hanya perusahaan yang memiliki daya saing saja yang mampu berkembang. Salah satu strategi yang digunakan oleh CV biosoptik adalah dengan menerapkan sistem *e-business*.
3. Noerlina dan Siti Elda Hiererra (2013) yang berjudul “Penilaian Pemanfaatan Teknologi *E-Business* Pada Industri UMKM” penelitian ini bertujuan untuk Kontribusi UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) dalam perekonomian yang cukup signifikan mengindikasikan pentingnya dukungan terhadap UMKM untuk mempertahankan dan melipatgandakan kapasitas bisnis UMKM. Dalam menjalankan usahanya, 76% responden sudah memanfaatkan internet (*e-business*) tapi masih belum secara maksimal karena rata-rata masih belum mempunyai website sebagai wadah

promosi maupun kegiatan jual beli. Total skor rata-rata untuk UMKM sebesar 4.2 menunjukkan bahwa adopsi terhadap inovasi di dalam pemahaman layanan internet sudah disadari, sudah dilakukan, sudah dievaluasi dan sudah di adopsi secara menyeluruh. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu penilaian sejauh mana penerapan *e-business* yang sudah dilakukan di dalam industri UMKM dengan meninjau aspek kesiapan dari industri yang bersangkutan dan aspek pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh UMKM khususnya di Jabodetabek. Tujuan dari penilaian ini untuk mendapatkan gambaran, status dan posisi daya dukung terhadap penerapan *e-business* yang dimiliki dan bagaimana proses adopsi penerapan *e-business* dapat berjalan di wilayah Jabodetabek. Dengan adanya penilaian pemanfaatan teknologi *e-business* ini diharapkan proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program serta kegiatan penerapan *e-business* dapat dilakukan dengan lebih terarah dan terkendali.

C. Kerangka Pikir

Penelitian ini berlokasi di kota Makassar yang sebagian besar masyarakatnya mendapatkan pengasilan dari usaha industri rumah tangga. Lokasi tersebut di pilih dan di jadikan tempat penelitian dengan harapan nantinya akan di berikan masukan dan pelatihan kepada pelaku bisnis industri rumah tangga mengenai “Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan *E-Business* Di Kelurahan Tidung Kecamatan Tidung Kota Makassar” .



Gambar 2.3
Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan adalah melalui kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya, sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas. Oleh karena itu penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan pendekatan diskriptif.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Whitney dalam Moh.Nazir (Moleong, 2010:11) berpendapat bahwa metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan-hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian di lakukan. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif

karena dengan di tetapkan lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah di tetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian di lokasi, bisa di wilayah tertentu atau suatu lembaga dalam masyarakat untuk memperoleh data primer lokasi penelitian di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar, sebab Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar merupakan salah satu wilayah yang ada di Sulawesi selatan yang dimana penduduknya berprofesi sebagai pelaku industri rumah tangga sektor kuliner.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan maret sampai juni 2019

C. Subjek Penelitian dan Sumber Data

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar yang memiliki industri rumah tangga. Industri rumah tangga ini masih tergolong dalam usaha menengah kebawa, dimana proses pemasaran hasil produksi telah menggunakan sosial media.

2. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari narasumber. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini

adalah masyarakat Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar yang memiliki industri rumah tangga.

b. Sumber data skunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, dokumentasi dan angket merupakan sumber data sekunder.

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan dari metode yang ada tergantung masalah yang dihadapi (Kriyantono, 2009: 93).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a) Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian.

Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.

Karena merupakan proses pembuktian, maka bisa saja hasil wawancara sesuai atau berbeda dengan informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

Yunus (2010: 358), agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yakni:

- 1). Mengenalkan diri
- 2). Menjelaskan maksud kedatangan
- 3). Menjelaskan materi wawancara
- 4). Mengajukan pertanyaan

Selain itu, agar informan dapat menyampaikan informasi yang komprehensif sebagaimana diharapkan peneliti, maka berdasarkan pengalaman wawancara yang penulis lakukan terdapat beberapa kiat sebagai berikut:

- 1). Ciptakan suasana wawancara yang kondusif dan tidak tegang
- 2). Cari waktu dan tempat yang telah disepakati dengan informan
- 3). Mulai pertanyaan dari hal-hal sederhana hingga ke yang serius
- 4). Bersikap hormat dan ramah terhadap informan
- 5). Tidak menyangkal informasi yang diberikan informan
- 6). Tidak menanyakan hal-hal yang bersifat pribadi yang tidak adahubungannya dengan masalah/tema penelitian
- 7). Tidak bersifat menggurui terhadap informan
- 8). Tidak menanyakan hal-hal yang membuat informan tersinggung atau marah
- 9). Sebaiknya dilakukan secara sendiri
- 10). Ucapkan terima kasih setelah wawancara selesai dan minta disediakan waktu lagi jika ada informasi yang belum lengkap.

Setidaknya, terdapat dua jenis wawancara, yakni:

- 1). Wawancara mendalam (*in-depth interview*) di mana peneliti menggali informasi secara mendalam dengan cara terlibat langsung dengan kehidupan informan dan bertanya jawab secara bebas tanpa pedoman pertanyaan yang disiapkan sebelumnya sehingga suasana hidupnya, dan dilakukan berkali-kali
- 2). Wawancara terarah (*guided interview*) di mana peneliti menanyakan kepada informan hal-hal yang telah disiapkan sebelumnya. Berbeda dengan wawancara mendalam, wawancara terarah memiliki kelemahan, yakni suasana tidak hidup, karena peneliti terikat dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Sering terjadi pewawancara atau peneliti lebih memperhatikan daftar pertanyaan yang diajukan daripada bertatap muka dengan informan, sehingga suasana terasa kaku.

Dalam praktik sering juga terjadi jawaban informan tidak jelas atau kurang memuaskan. Jika ini terjadi, maka peneliti bisa mengajukan pertanyaan lagi secara lebih spesifik. Selain kurang jelas, ditemui pula informan menjawab “tidak tahu”. Menurut Singarimbun dan Sofian Effendi (1989: 198-199), jika terjadi jawaban “tidak tahu”, maka peneliti harus berhati-hati dan tidak lekas-lekas pindah ke pertanyaan lain. Sebab, makna “tidak tahu” mengandung beberapa arti, yaitu:

- 1) Informan memang tidak mengerti pertanyaan peneliti, sehingga untuk menghindari jawaban “tidak mengerti”, dia menjawab “tidak tahu”.
- 2) Informan sebenarnya sedang berpikir memberikan jawaban, tetapi karena suasana tidak nyaman dia menjawab “tidak tahu”.

3) Pertanyaannya bersifat personal yang mengganggu privasi informan, sehingga jawaban “tidak tahu” dianggap lebih aman.

4) Informan memang betul-betul tidak tahu jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Karena itu, jawaban “tidak tahu” merupakan jawaban sebagai data penelitian yang benar dan sungguh yang perlu dipertimbangkan oleh peneliti.

b) Observasi

Selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif. Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Bungin (2007: 115-117) mengemukakan beberapa bentuk observasi, yaitu:

1). Observasi partisipasi, 2). Observasi tidak terstruktur, 3). Observasi kelompok. Berikut penjelasannya:

a. Observasi partisipasi adalah (*participant observation*) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan di mana peneliti terlibat dalam keseharian informan.

b. Observasi tidak terstruktur ialah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan.

c. Observasi kelompok ialah pengamatan yang dilakukan oleh sekelompok tim peneliti terhadap sebuah isu yang diangkat menjadi objek penelitian.

c) Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna.

2. Instrument Penelitian

Instrument penelitian adalah alat yang digunakan untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti merupakan instrumen utamanya dan akan dibantu oleh alat-alat pengumpul data lain seperti tape recorder, pedoman wawancara, pedoman observasi, kamera, dan alat lainnya.

E. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari data, baik primer maupun sekunder, metode penelitian yang dipergunakan adalah metode analisa deskriptif kualitatif dengan metode perbandingan tetap atau *Constant Comparative Method*,

karena dalam analisa data, secara tetap membandingkan kategori dengan kategori lainnya.

1. Reduksi data

a) Identifikasi satuan (unit). Pada mulanya diidentifikasi adanya sesuatu yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.

b) Sesudah satuan diperoleh, langkah berikutnya adalah membuat koding. Membuat koding berarti memberikan kode pada setiap “satuan”, agar supaya tetap dapat ditelusuri datanya/satuannya, berasal dari sumber mana. Perlu diketahui bahwa dalam pembuatan kode untuk analisis data dengan komputer cara kodingnya lain.

2. Kategorisasi

Kategori tidak lain adalah salah satu tumpukan dari seperangkat tumpukan yang di susun atas dasar pikiran, intuisi, pendapat, kreteria tertentu.

a) Mengelompokkan kartu-kartu yang telah dibuat ke dalam bagian-bagian isi yang secara jelas berkaitan.

b) Merumuskan aturan yang menetapkan inklusi setiap kartu pada kategori dan juga sebagai dasar untuk pemeriksaan keabsahan data.

c) Menjaga agar setiap kategori yang telah disusun satu dengan lainnya mengikuti prinsip taat asas.

3. Sintesisasi

a) Mensintesisasikan berarti mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya.

b) Kaitan satu kategori dengan kategori lainnya diberi nama/label lagi.

4. Menyusun hipotesis kerja

Hal ini dilakukan dengan jalan merumuskan suatu pernyataan yang proporsional. Hipotesis kerja ini sudah merupakan teori substantif (yaitu teori yang berasal dan masih terkait dengan data), dan perlu diingat bahwa hipotesis kerja itu hendaknya terkait dan sekaligus menjawab pertanyaan penelitian (Moleong, 2011: 288).

Desain penelitian ini pada tahap pembahasan penelitian, akan berisi uraian-uraian tentang objek yang menjadi fokus penelitian yang ditinjau dari sisi-sisi teori yang relevan dengannya dan tidak menutup kemungkinan bahwa desain penelitian ini akan berubah sesuai dengan kondisi atau realita yang terjadi di lapangan.

a) Pemeriksaan keabsahan data

Dalam penelitian kualitatif, data yang telah berhasil digali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus diusahakan kemantapan dan kebenarannya. Oleh karena itu peneliti harus memilih dan menentukan cara-cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperolehnya. Cara pengumpulan data yang beragam tekniknya harus sesuai dan tepat untuk menggali data yang benar-benar diperlukan bagi penelitian.

Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, validitas dan reabilitas data yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

b) Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Lebih spesifik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber.

Triangulasi sumber, yakni membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai salah satunya dengan jalan atau cara membandingkan hasil wawancara narasumber atau informan satu dengan narasumber atau informan penelitian yang lain (Moleong, 2007: 330-331).

c) Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi di sini adalah adanya bahan pendukung untuk membuktikan data yang telah kita temukan. Sebagai contoh, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman atau transkrip wawancara, foto-foto atau dokumen autentik untuk mendukung kredibilitas data. Selain itu hasil penelitian diperkuat dengan membandingkan hasil penelitian terdahulu.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Tidung adalah Kelurahan di Kecamatan Rappocini, Makassar, Sulawesi Selatan. luas Wilayah 114,8 Km², jumlah penduduk 14. 810 diantaranya laki-laki berjumlah 7.055 dan perempuan 7.755. Jumlah KK di Kelurahan Tidung 11.456.

2. Kondisi Rill Rumah Tangga Sektor Kuliner dan Permasalahannya

Industri rumah tangga termasuk dalam UMKM kategori usaha mikro yang merupakan usaha produktif milik orang atau perorangan dan atau badan usaha perorangan. Saat ini pertumbuhan UMKM begitu pesat beriringan dengan teknologi informasi yang terus berkembang. Pengguna media sosial yang terus bertambah yang tentunya dapat dimanfaatkan sebagai ladang bisnis oleh UMKM.

Kelurahan Tidung merupakan salah satu kelurahan yang berada di kecamatan Rappocini, kota Makassar, Sulawesi selatan, Indonesia. Salah satu potensi yang menonjol di wilayah ini adalah industri rumah tangga sektor kuliner. Dimana masyarakat di kelurahan Tidung, Rw 02 sebagian besar bekerja sebagai pelaku industri rumah tangga yang bergerak di bidang kuliner.

Di kelurahan tidung terdapat berbagai macam industri rumahan yang bergerak di bidang kuliner misalnya seperti warung coto, catering, dan lain sebagainya.

Industri rumah tangga (*home industry*) sektor kuliner memiliki 3 sampai 5 karyawan dengan kapasitas produksi tergantung pada jumlah pesanan yang datang pada konsumen. Jika, tidak menerima pesanan maka kapasitas produksi di kurangi

dari sebelumnya. Penggunaan media sosial oleh pelaku industri rumah tangga sektor kuliner di kelurahan tidung sudah banyak akan tetapi terkait pada pemanfaatan masih sangat sederhana.

Kendala yang dihadapi industri rumah tangga kelurahan tidung yang paling utama adalah penggunaan media sosial yang belum sepenuhnya di pahami oleh pelaku industri rumah tangga. Kegiatan promosi dan pemasaran industri kelurahan tidung cenderung pasif, hanya dari mulut ke mulut saja dikarenakan industri rumah tangga kelurahan tidung tidak menggunakan media iklan maupun mengikuti berbagai event pameran yang diadakan oleh pihak-pihak terkait.

Kelurahan Tidung di kenal memiliki berbagai pelaku industri rumah tangga di sektor kuliner. Dari hasil observasi yang telah dilakukan di kelurahan tidung sebagian besar pelaku industri rumah tangga telah menggunakan sistem penjualan online melalui aplikasi seperti *instagram*, *facebook*, dan *whatsApp* namun hanya beberapa industri rumah tangga yang melakukan kerja sama dengan menggunakan *e-commerce* dengan pihak *grab* dan *gojek* penjualan melalui aplikasi *gofood* dan *grabfood*.

Adapun data-data pelaku industri rumah tangga sektor kuliner di RW 02 Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar Sebagai berikut:

No.	Industri Rumah Tangga	Jumlah Usaha
1	Usaha ayam crispy	2
2	Ayam Geprek	3
3	Sop Sodara	1
4	Nasi Goreng	3
5	Ayam Lalapan	8
6	Sate	2
7	Ayam Bakar	2

8	Coto Makassar	2
9	Usaha kue	4
10	Warteg	6
11	Salad	1
12	Olahan Mie	1
13	Somay Bandung	1
14	Catering	1
Total		37

Tabel 4.1.
Data-data Pelaku Industri rumah tangga

Berdasarkan hasil observasi, terdapat 4 industri rumah tangga yang termasuk kriteria sehingga dapat di wawancara yaitu :

a. Usaha Ayam Geprek

Usaha ayam geprek mbak rahma berdiri di tahun 2018, usaha ini terbilang masih sangat baru di dunia usaha sektor kuliner. Usaha mbak Rahma ini sudah melakukan pemasaran melalui sosial media seperti *facebook*, *whatsapp* dan sudah melakukan kerja sama dengan pihak *grab food* dan *go food* dalam melakukan pemasarannya. Menurut mbak rahma aplikasi yang di gunakan dalam pemasaran produknya sangat-sangat membantu apalagi usahanya baru di dirikan 1 tahun yang lalu.

b. Usaha Catering Dellsan

Usaha catering dellsan berdiri sejak tahun 2015, Usaha ini menjual berbagai jenis makanan berat sampai dengan makanan ringan seperti kue kering. Usaha ini juga sudah melakukan pemasaran melalui sosial media seperti *ig*, *facebook*,

whatsapp dan telah bekerja sama dengan salah satu universitas di kota Makassar. Menurut penuturan salah satu karyawan dengan adanya pemasaran melalui sosial media catering dillsan semakin di kenal di masyarakat dan mendapatkan keuntungan yang lebih di banding dulu waktu sebelum melakukan pemasaran melalui sosial media atau aplikasi, karena saat ini pemesanan yang di lakukan melalui sosial media.

c. Usaha Coto

Usaha coto dg.Nyompa sudah berdiri sejak lama dan meliki 2 cabang di Kelurahan Tidung. Cabang pertama terletak di depan kampus UNM Tidung. Usaha coto ini sudah cukup memilki nama di kalangan masyarakat terutama maahasiswa. Coto dg.Nyompa sudah melakukan pemasaran melalui sosial media seperti facebook. Menurut penuturan salah satu karyawan coto dg.Nyompa dengan adanya pemasaran melalui sosial media usaha coto dg.Nyompa semakin di kenal bukan hanya di kalangan masyarakat sekitar tidung tapi juga menjangkau masyarakat yang jauh berkat pemasaran melalui sosial media atau *e-business*.

d. Usaha Ayam Bakar

Usaha ayam bakar ibu Anna sudah ada sejak tahun 2015. Usaha ini menjual ayam bakar, ayam krispy, dan ayam lalapan. Usaha ibu Anna ini sudah melakukan pemasrannya melalui sosial media seperti *facebook*, *whatshpp*. Menurut ibu Anna dengan adanya aplikasi- aplikasi ini usahanya semakin di kenal oleh masyarakat.

Dalam proses wawancara tentunya banyak kendala dan hambatan yang dialami pelaku industri rumah tangga saat menggunakan media sosial demi meningkatkan nilai jual produk terhadap konsumen. Adapun beberapa kendala

yang dialami pelaku industri rumah tangga yaitu kurang memahami penggunaan aplikasi dan jaringan yang kurang baik. Menurut pernyataan salah satu pelaku industri rumah tangga di Kelurahan Tidung yaitu Bapak Deni sebagai pelaku usaha coto mengatakan bahwa :

“Permasalahan yang dihadapi adalah pemahaman sistem aplikasi jual beli (*Gofood* dan *Grabfood*) belum saya mengerti sehingga saya belum terdaftar dalam aplikasi tersebut akan tetapi saya memiliki akun *facebook* dan *whatsApp* untuk memasarkan produk sehingga memudahkan pelanggan saya memesan coto saya. Kendala saya paling utama adalah jaringan, beberapa chat pesanan terlambat sampai sehingga pelanggan membatalkan pesanan”. (Bapak Deni, Wawancara 07 Agustus 2019).

Berbeda dengan pernyataan Bapak Deni yang kurang memahami penggunaan aplikasi, beberapa pelaku industri rumah tangga di Kelurahan Tidung yang telah paham dalam menggunakan sosial media serta bekerja sama dengan *Business marketing online* yaitu :

“Masalah yang di hadapi yaitu daftar menu makanan yang di daftarkan di aplikasi tidak di cantumkan semua oleh pihak penyaji jasa (*gofood* atau *grab food*), sulitnya untuk memastikan keamanan dan seringnya pembatalan pesanan secara sepihak dari konsumen, serta jaringan yang kurang mendukung sehingga terlambatnya respon dalam pemesanan secara online melalui sosial media”. (Mbak Rahma, Ibu Ika dan Ibu Anna , Wawancara 08 Agustus 2019)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kendala utama pelaku industri rumah tangga yaitu memerlukan usaha yang lebih dalam memahami teknologi *e-business* untuk para pemula pelaku industri rumah tangga untuk menerapkan *e-business*, hambatan-hambatan yang terjadi yaitu pada jaringan yang lambat, pembatalan pemesanan yang sepihak oleh pelanggan serta tidak sesuai menu makanan yang didaftarkan dan tercantum di aplikasi *Gofood* dan *Grabfood*. Oleh karena itu, melalui penerapan *e-business* dalam mengembangkan industri rumah tangga diharapkan mampu mengadopsi

pengembangan ilmu *e-business* sehingga kedepannya UMKM industri rumah tangga dapat bersaing di era globalisasi industri menuju 5.0.

3. Penerapan *E- business* dan Dampak dari *E- business*

a. Penerapan *e-business*

Dari hasil wawancara rata-rata pelaku industri rumah tangga di Kelurahan Tidung sudah menerapkan *e-business*. Penerapan *e-business* yang telah di implementasikan para pelaku industri rumah tangga di kelurahan tidung yaitu dengan melakukan kerja sama penjualan antara pihak *grab food* dan *go food*, serta menggunakan aplikasi sosial media seperti *instagram*, *facebook* dan *whatsap* untuk melakukan promosi dalam mengimplemtasikan *e-business*, tetapi tidak semua pelaku industri rumah tangga menggunakan semua aplikasi *e-business* seperti diatas. Salah satu contohnya pelaku industri rumah tangga yang hanya melakukan penjualan melalui penerapan *e-busines* melalui *facebook* dan *whatsapp* saja yaitu coto dg.Nyompa. Dari hasil wawancara rata-rata pelaku industri rumah tangga di Kelurahan Tidung sudah menerapkan *e-business*. Menurut pernyataan dari beberapa pelaku industri rumah tangga di Kelurahan Tidung mengatakan bahwa :

“Usaha coto dg.Nyampa sudah melakukan penjualan melalui penerepan *e-business*. Penerapan *e-business* yang di lakukan melalui sosial media seperti *facebook* dan *whatsapp*. Warung coto dg.Nyompa belum melakukan kerja sama dengan pihak *grab food* atau *go food*.” (Bapak Deni, Wawancara 07 Agustus 2019)

“Usaha ayam bakar mbak Rahma sudah melakukan penerapan *e-business* seperti penjualan melalui sosial media, dan melakukan kerja sama dengan pihak *grab food* dan *go food* namun dalam usahanya ini mbak Rahma tidak terlalu bergantung dengan aplikasi-aplikasi tersebut. Mbak Rahma lebih fokus memasarkankan produknya melalui hubungan relasi dan komunitas.” (Mbak Rahma, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Usaha catering Dellsan sudah menerapkan *e-business* dalam usahanya seperti memasarkan produknya melalui sosial media *instagram* (@Dell san bakery), *Facebook*, *Whatsapp* dan telah melakukan kerja sama dengan pihak *grab food* dan *go food*. Dellsan catering juga menjual berbagai jenis kue basah maupun kue kering.” (Ibu Ika, 08 Agustus 2019)

“Usaha ayam bakar Ibu Anna sudah menerapkan *e-business* dalam usahanya namun Ibu Anna hanya menerapkan satu aplikasi *e-business* yaitu *whatsapp* saja. Ibu Anna juga belum melakukan kerja sama dengan pihak *grab food* dan *go food* serta belum menggunakan *Facebook* dan *instagram* dalam memasarkan produknya. Ibu Anna hanya melayani pemesanan melalui *whatsapp*.” (Ibu Anna, 08 Agustus 2019)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata pelaku industri rumah tangga di Kelurahan Tidung telah melakukan sistem jual beli online melalui aplikasi. Adapun aplikasi yang paling banyak di terapkan yaitu aplikasi *facebook* dan *whatsaap*. Namun terdapat masalah dimana pelaku industri rumah tangga masih mengalami kendala dalam mengelola aplikasi online.

Proses pengaplikasian bisnis online telah merambah dunia UMKM terutama di industri rumahan salah satunya adalah industri rumah tangga di kelurahan tidung dan telah menggunakan sosial media dan aplikasi yang menyediakan pemesanan dan pengantaran kuliner. Seperti yang di ungkapkan oleh beberapa pelaku industri rumah tangga di kelurahan tidung yang telah menggunakan bisnis online di usahanya yaitu:

“Saya tidak terlalu bergantung pada aplikasi seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. Aplikasi yang saya gunakan itu hanya *grabfood* dan *gofood* selebihnya penjualan kami lebih ke pada hubungan relasi dan komunitas.” (Mbak Rahma, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Sudah, tetapi aplikasi yang digunakan dipegang oleh anak pemilik usaha.” (Ibu Ika, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Usaha ini belum terdaftar pada aplikasi yang sekarang ini lagi trend seperti *grabfood*, *gofood* dan *intagram*, tetapi saya sudah melayani pemesanan

melalui *facebook* dan *whatsapp*.” (Bapak Deni, Wawancara 07 Agustus 2019)

“Saya belum terdaftar di aplikasi *grabfood* dan *gofood* tetapi saya telah menggunakan aplikasi *whatsapp* jadi jika ada pelanggan yang ingin pesan langsung kirim pesan ke saya.” (Ibu Anna, Wawancara 08 Agustus 2019)

b. Dampak dari penerapan *e-business*

Dampak yang di hasilkan dari penerapan *e-business* ada dua yaitu dampak positif dan dampak negatif. Dampak pertama yaitu dampak positif, dari hasil wawancara di lapangan terdapat beberapa dampak positif dari penerapan *e-business* yaitu meningkatka keuntungan, memperbanyak relasi, dapat menambah pengetahuan karena bisa belajar mempromosikan produk dari sosial media, dan membuat usaha semakin di kenal masyarakat. Sedangkan yang ke dua yaitu dampak negatif, ada beberapa dampak negatif dari hasil penerapan *e-business* yaitu sulitnya untuk memastikan keamanan dan privasi dalam melakukan transaksi secara online, terkadang terjadi pembatalan secara sepihak yang membuat kerugian.

Pendapatan industri rumah tangga dikelurahan tidung sebelum menggunakan sosial media dan aplikasi jumlah *profit* yang diperoleh belum mencapai rata-rata dari hasil penjualan, dan setelah menggunakan sosial media dan aplikasi *profit* yang dihasilkan mulai meningkat seiring berjalannya perkembangan teknologi infomasi saat ini. Berikut pernyataan Bapak Deni selaku owner dari usaha coto dg. nyampa yaitu :

“Pendapatan yang saya peroleh dalam sehari bisa sekitar Rp 500.000,- – Rp 1.000.000,- tapi tidak menentu, itu tergantung dari banyaknya pelanggan yang datang di setiap harinya. Untuk pendapatan total yang saya peroleh dalam sebulan sekitar± Rp. 24.000.000.000,-“(Bapak Deni, Wawancara 07 Agustus 2019)

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Ibu Rahma yaitu :

“Pendapatan yang saya peroleh sekitar ±Rp 1.500.000,- dalam sehari jadi jika dalam waktu sebulan pendapatan saya sekitar ±Rp.30.000.000,- teragntung dari banyaknya konsumen”. (Mbak Rahma, Wawancara 08 Agustus 2019)

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa Pak Deni dan Mbak Rahma yang telah menggunakan aplikasi dan sosial media memberikan dampak positif serta meningkatkan *profit* yang diperoleh terhadap kuliner yang dipasarkan serta masyarakat lebih mudah memesan produk dengan menggunakan sistem online.

Keuntungan menggunakan *e-business* yaitu pertama memperluas pasar, dengan menggunakan *e-business* perusahaan atau juga pembisnis akan dapat memperluas pasarnya sehingga bisa memasuki pasar nasional atau bahkan internasional, sehingga pembisnis itu dapat menjangkau banyak pelanggan itu dimanapun ia berada. Kedua, menekan biaya telekomunikasi serta juga waktu transaksi dan juga penerimaan produk. Ketiga, Konsumen ini dapat melihat barang, spesifikasi serta informasi lainnya dengan melalui internet sehingga tidak perlu repot-repot untuk harus mendatangi penjual. Keempat, Meningkatkan citra yang baik di mata para konsumen, tentunya hal tersebut apabila dengan pelayanan yang baik juga, sebab dengan media internet informasi itu bisa dapat dengan cepat tersebar. Berikut hasil wawancara pelaku industri rumah tangga tentang keuntungan yang di peroleh setelah menggunakan aplikasi dan sosial media yaitu:

“Sangat meningkat, karena usaha kami ini terbilang masih sangat baru tapi dengan adanya aplikasi yang di gunakan usaha kami semakin banyak di kenal di masyarakat sehingga meningkatkan kauntungan.”(Ibu Ika, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Alhamdulillah, produk saya bisa laris dan banyak pelanggan.” (Ibu Anna, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Iyah, karena dengan adanya aplikasi tersebut saya lebih mengetahui bagaimana cara berdagang di media sosial, entah itu dari segi foto untuk menu agar lebih terlihat mengugah selera pelanggan.”(Ibu Rahma, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Dapat menambah pengetahuan karena saya bisa belajar dari cara teman-teman dalam memasarkan dagangannya di *facebook* dan *whatsapp*.” (Bapak Deni, Wawancara 07 Agustus 2019)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa aplikasi yang di gunakan memiliki dampak yang baik yaitu memberikan pengetahuan dalam hal memasarkan produk melalui sosial media dan dapat meningkatkan keuntungan.

Meskipun dengan banyaknya keuntungan yang di peroleh setelah menerapkan *e-business* pelaku industri rumah tangga di kelurahan tidung masih mengeluhkan kekurangan dari aplikasi dan sosial media yang digunakan. Berikut spernyataan pelaku industri rumah tangga :

“Kalau dari aplikasi *grab* kekurangannya itu adalah tidak semua menu yang saya daftarkan di sana tercantum dalam daftar menu mereka.”(Ibu Rahma, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Sulitnya untuk memastikan keamanan dan privasi dalam melakukan transaksi secara online.” (Ibu Ika, Wawancara 08 Agustus 2019)

“Kadang terjadi pembatalan secara sepihak, dan selebihnya lebih kepada lambatnya konsumen memberikan mengkonfirmasi.”(Bapak Deni, Wawancara 07 Agustus 2019)

“Terlalu memakan waktu untuk melakukan pendaftaran kerja sama.” (Bapak Deni, Wawancara 08 Agustus 2019)

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kekurangan yang di alami berbeda-beda mulai dari kurangnya komunikasi karena terkendala oleh jaringan, terlalu memakan waktu pada saat melakukan pendaftaran kerja sama,

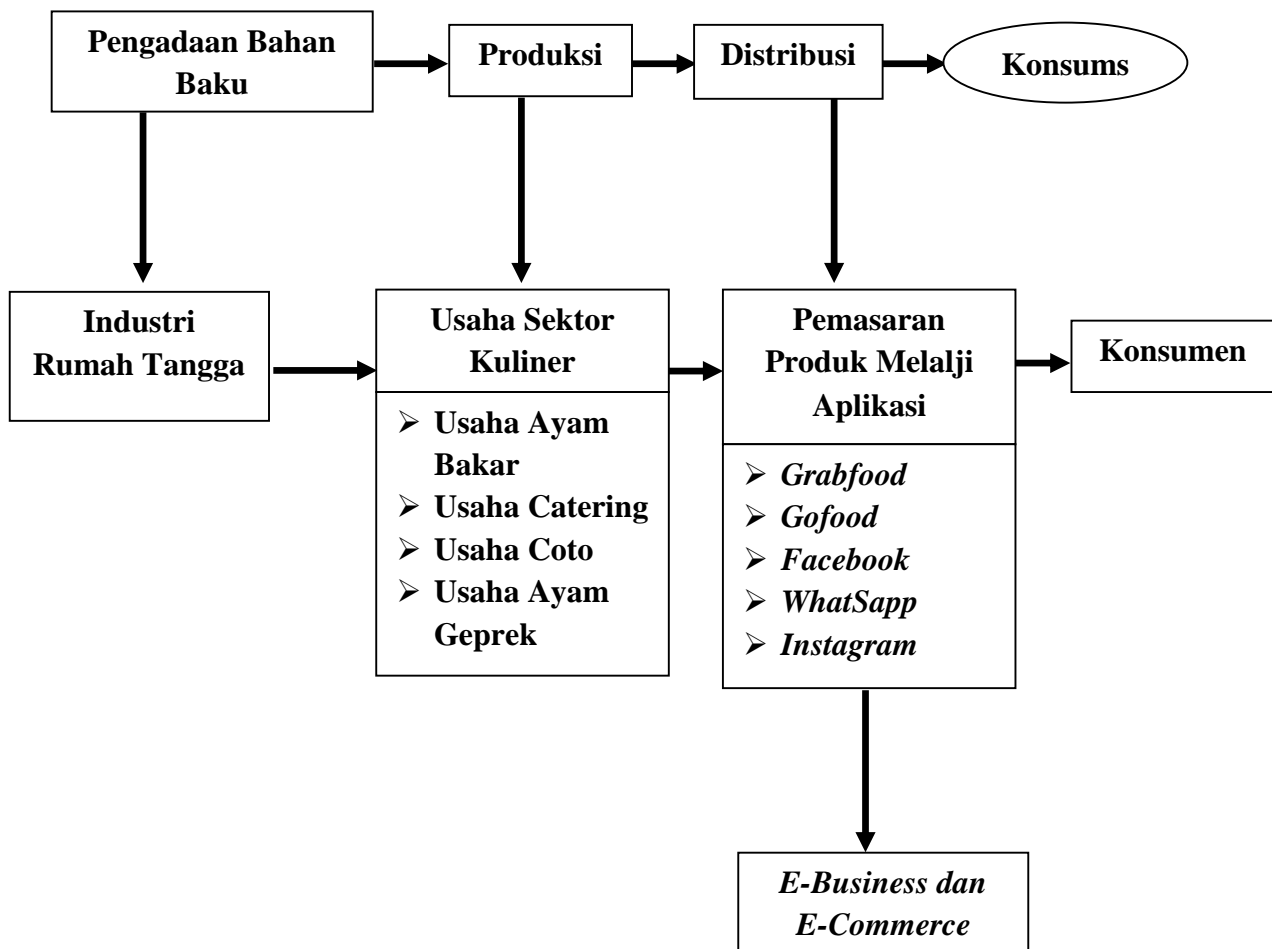
dan tidak semua menu yang di daftarkan tercantum dalam menu yang tertera di aplikasi.

Proses penerapan *e-business* terhadap pelaku industri rumah tangga sudah memuaskan, implementasi yang dilakukan industri rumah tangga Kelurahan Tidung memberikan dampak yang sangat besar seiring dengan bertambahnya konsumen setiap harinya serta *profit* yang dihasilkan.

Sistem pemasaran yang telah menggunakan teknologi informasi untuk berinteraksi dan berkomunikasi memberikan manfaat bagi pelaku usaha karena meskipun tidak bertemu secara langsung bisnis tetap berjalan dan sangat efektif. Adapun bentuk hubungan bisnis yang telah dilakukan industri rumah tangga di Kelurahan Tidung dengan menerapkan *e-business* yaitu perdagangan antar pelaku usaha bisnis dengan konsumen (*Busines to consumer*).

4. Gambaran pengembangan industri rumah tangga melalui *e-business*

Pengadaan bahan baku yaitu yang mengadakan atau mempersiapkan bahan baku untuk selanjutnya di produksi di industri rumah tangga dan setelah melakukan produksi maka di lakukanlah distribusi melalui penerapan *e-business* atau penjualan melalui sosial media seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *go food* dan *grab food* sehingga sampailah pada tahap konsumsi.



Gambar 4.4
Pengembangan Industri Rumah Tangga melalui *E-Business*
 (Sumber data Primer, 2019)

Dari gambar 4.4 menjelaskan proses pengembangan industri rumah tangga sektor kuliner di Kelurahan Tidung yang diawali dengan pengadaan bahan baku, produksi, distribusi hingga sampai ke konsumen. Bahan baku utama dari setiap usaha kuliner berasal dari pasar tradisional yang berada di Kelurahan Tidung, lokasinya sangat strategis bagi para pengusaha daerah Kelurahan Tidung RW 2.

Era globalisasi sangat berdampak pada sistem pemasaran di Indonesia salah satunya adalah Kota Makassar, proses pemesanan dan penjualan telah merambah ke ranah online di antaranya adalah jasa guru, jasa transportasi, serta pengantaran makanan. Makanan yang siap saji sangat di gemari masyarakat kota pada saat ini, dengan harga murah serta diskon membuat para konsumen ketagihan di tambah adanya jasa pelayanan pengantaran makanan ke tempat tujuan pemesanan.

Adapun beberapa fitur aplikasi yang digunakan para pelaku industri rumah tangga di Kelurahan Tidung adalah *Grabfood*, *Gofood*, *Instagram*, *Facebook* dan *Whatsapp*. Aplikasi tersebut telah termasuk dalam *e-business* dan *e-commerce*, hal ini membuat para pelaku industri rumah tangga tidak mau tertinggal oleh zaman teknologi informasi yang telah mengambil pekerjaan manusia di dunia.

5. Tabel perbandingan sebelum dan setelah menerapkan *e-business*

No.	Kategori	Penerapan <i>E-Business</i>	
		Sebelum	Sesudah
1.	Pendapatan	Sebelum menerapkan aplikasi <i>e-business</i> dalam usahanya keuntungan yang di dapat bisa di katakan rendah.	Setelah menerapkan <i>e-business</i> pada usahanya keuntungan yang di dapat sangat meningkat dari pendapatan sebelumnya .

2.	Eksistensi	Sebelum menerapkan <i>e-business</i> usaha yang di jalankan hanya di kenal di kalangan masyarakat sekitar.	Setelah menerapkan <i>e-business</i> usaha yang di jalankan semakin di kenal masyarakat luas karena promosi melalui sosial media.
3.	Teknologi	Sebelum menerapkan <i>e-business</i> di dalam usahanya para pelaku industri rumah tangga kurang paham akan teknologi yang berkembang di masyarakat.	Setelah menerapkan <i>e-business</i> di dalam usahanya para pelaku industri rumah tangga banyak mendapatkan informasi teknologi dari sesama pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya

4.2 Tabel

Perbandingan sebelum dan sesudah penerapan *e-business*

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengembangan industri rumah tangga sektor kuliner melalui penerapan *e-business* di Kelurahan Tidung Kota Makassar

Penerapan *e-business* memberikan kontribusi yang besar terhadap proses penjualan dan mempromosikan produk-produk. Masalah utama yang dihadapi oleh UKM adalah pemasaran (Hafsah, 2004;s Kuncoro, 2008; Kurniawan, 2009;

Supardi, 2009). Pemasaran dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi, misalnya membuka cabang baru, ikut pameran, pembuatan dan penyebaran brosur dan sebagainya. Berkembangnya internet menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UKM. Di samping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas(Supardi, 2009).

Manfaat dan keuntungan menggunakan e-commerce adalah untuk media promosi dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan, baik untuk penjualan online maupun konvensional (Jansen, 2006; Supardi, 2009).

Pada penelitian ini menjelaskan bahwa usaha yang di jalankan atau dirintis oleh pengusaha industri rumah tangga sektor kuliner sudah berjalan cukup baik dan telah menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya. Akan tetapi, media sosial yang digunakan masih memiliki banyak kekurangan seperti pada aplikasi grabfood yaitu proses pendaftaran masih ribet serta tidak sesuai informasi menu makanan yang diberikan kepada pihak grab. Dalam hal ini maka diperlukan perkembangan untuk menunjang pelaku industri rumah tangga dalam memperluas jangkauan pemasaran.

Namun, yang telah kita ketahui pada hasil wawancara di atas bahwa pelaku industri rumah tangga tdiak terlalu memahami pemasaran melalui e-business akan tetapi pelaku industri rumah tangga berusaha belajar dan memahami aplikasi yang digunakan dalam memasarkan produknya agar tidak tertinggal oleh jaman teknologi infomasi serta dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

2. Dampak dari penerapan *e-business* dalam mengembangkan industri rumah tangga di Kelurahan Tidung Kota Makassar

Proses pemasaran berbeda jauh ketika industri rumah tangga di Kelurahan Tidung sudah menggunakan sistem *e-business*, dimana pemasarannya tidak hanya berasal dari daerah Kelurahan Tidung saja, akan tetapi pemasaran juga sudah merambah ke daerah-daerah lain. Disamping itu proses transaksinya juga berlangsung dengan cepat dan efisien. Sebelum menggunakan sistem *e-business* proses transaksi hanya akan dilakukan pada saat jam kerja saja, akan tetapi ketika sudah menggunakan sistem *e-business* transaksi bisa berlangsung selama 24 jam.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam bentuk toko online dapat memberikan banyak keuntungan bagi UMKM. Keuntungan yang didapatkan antara lain: (a) memperpendek jarak antara pelaku bisnis dengan konsumen, (b) memperluas jangkauan pasar yang tidak terbatas oleh batasan secara geografis, (c) memperluas jaringan mitra bisnis, (d) meningkatkan efisiensi dimana akan memangkas biaya-biaya operasional yang ditimbulkan.

Dengan memanfaatkan sistem *e-business*, maka UMKM dapat mengembangkan target untuk pasar global atau hanya fokus pada segmen tertentu. Disamping itu ketika UMKM sudah menggunakan sistem *e-business*, maka UMKM tersebut akan dengan mudah memodifikasi terhadap produk yang ditawarkan dan bisa menginformasikan kepada pelanggan dengan cepat.

3. Implementasi penerapan *e-business* di Kelurahan Tidung Kota Makassar

Di penelitian Riski Ananda judul Peran Home Industri dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industri Kripik di Kelurahan Kubu Gadang), penelitian yang didapatkan bahwa dalam mempertahankan home industri agar dapat menjalankan perannya. Meliputi beberapa aspek dari, keberlangsungan permodalan, keberlangsungan sumber daya, manusia, dan keberlangsungan pemasaran. Para pemilik home industri yang ada di Kelurahan Kubu Gadang mempunyai strateginya sendiri dalam mempertahankan home industrinya.

Dari hasil penelitian di atas terdapat beberapa poin yang menarik untuk dibahas dalam penelitian ini di antaranya yaitu :

1) Mayoritas pelanggan

Pelanggan atau langganan merujuk pada individu atau rumah tangga, perusahaan yang membeli barang atau jasa yang dihasilkan dalam ekonomi. Secara spesifik, kata ini sering pula diartikan sebagai seseorang yang terbiasa untuk membeli barang pada suatu toko tertentu. Kebutuhan pelanggan dapat didefinisikan sebagai barang atau jasa yang dibutuhkannya untuk mencapai tujuan tertentu. Pelanggan memiliki kebutuhan yang berbeda tingkatannya dan pengharapan pelanggan biasanya dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya, iklan, pemasaran, serta bentuk komunikasi lain, baik dari pemasok maupun sumber-sumber lainnya.

Kebutuhan maupun pengharapan pelanggan dapat ditentukan melalui wawancara, survei, perbincangan, penggalian data, atau metode-metode pengumpulan informasi lainnya. Pelanggan mungkin tak memiliki pemahaman jelas mengenai kebutuhannya. Bantuan untuk menentukan kebutuhan dapat menjadi suatu layanan yang berharga bagi pelanggan. Pada proses ini, pengharapan dapat diatur atau disesuaikan dengan kemampuan produk.

2) Karyawan

Karyawan sangatlah di butuhkan oleh setiap perusahaan atau lembaga, karena tanpa karyawan pekerjaan tidak bisa terselesaikan dan tentunya perusahaan tidak dapat beroperasi. Itulah mengapa setiap perusahaan membutuhkan karyawan untuk setiap operasionalnya. Lalu supaya lebih jelas maka pada kesempatan kali ini kami akan memberikan penjelasan tentang karyawan dan jenisnya.

Secara umum yang dimaksud dengan karyawan adalah orang yang bekerja di suatu perusahaan atau lembaga dan di gaji dengan uang. Atau karyawan dapat diartikan juga sebagai orang yang bertugas sebagai pekerja pada suatu perusahaan atau lembaga untuk melakukan operasional tempat kerjanya dengan balas jasa berupa uang.

Karyawan tentunya bertugas sesuai yang telah di tentukan oleh pimpinan atau atasannya. Umumnya karyawan bekerja tinggal melaksanakan tugas-tugas yang sudah di instruksikan saja, atau terkadang bisa juga mengekspresikan kreatifitasnya sesuai yang memberi instruksi saat bekerja. Di suatu tempat kerja biasanya ada beberapa karyawan yang dapat di katakan menonjol atau memiliki kemampuan yang lebih dalam memecahkan masalah, pimpinan pasti dapat

menilai dan membedakan karyawan seperti itu dan tentunya memiliki nilai yang lebih di matanya. Biasanya jika ada karyawan yang memiliki kemampuan lebih akan mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan dirinya lagi misalnya seperti diberikan biaya untuk kuliah lagi sehingga bisa naik jabatan di tempat dia bekerja.

Lain halnya dalam suatu industri rumah tangga dimana pendidikan bagi mereka tidak terlalu penting karena yang biasa di jumpai pada setiap industri rumah tangga pendidikan karyawannya paling tinggi SMA. Dalam industri rumah tangga hanya perlu pelatihan saja agar kemampuan mereka dalam bekerja bisa lebih bertambah dan lebih mudah untuk mereka terapkan dalam bekerja.

3) Modal

Pengertian Modal adalah sekumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Dalam bahasa Inggris modal disebut dengan *capital*, yaitu barang yang dihasilkan oleh alam atau manusia untuk membantu memproduksi barang lainnya yang dibutuhkan manusia dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Modal pada dasarnya berasal dari dua sumber yaitu dari dalam perusahaan (internal) dan dari luar perusahaan (eksternal). Internal merupakan sumber modal internal berasal dari setiap aktivitas atau pun kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan yang menghasilkan keuntungan. Beberapa sumber modal internal perusahaan yang dapat digunakan yaitu laba ditahan, akumulasi penyusutan dan beberapa sumber modal lainnya.

Sedangkan Eksternal merupakan berbeda **dengan** sumber modal internal yang cenderung terbatas (yaitu hanya dari hasil aktivitas usahanya saja), sumber

modal eksternal berasal dari pihak-pihak luar yang mau bekerja sama dengan perusahaan. Beberapa pihak yang sering kali digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan modal yaitu bank, koperasi, kreditur, supplier, dan juga pasar modal.

Salah satu keuntungan yang akan Anda peroleh jika memilih jenis bisnis industri rumah tangga yaitu dalam jumlah modal yang diperlukan. Nominal modal yang relatif sedikit banyak dijadikan sebagai peluang bagi mereka yang ingin memulai usaha kecil-kecilan di rumah. Selain modal yang relatif minim, bisnis rumahan yang satu ini juga hanya membutuhkan modal berupa kreativitas dan kemampuan lebih pada bidang tertentu.

4) Biaya operasional

Biaya operasional adalah biaya-biaya yang digunakan untuk memperoleh barang, menghasilkan barang, melakukan pemasaran dan melakukan penjualan serta biaya-biaya untuk operasional perusahaan lain jika perusahaan tersebut adalah manufaktur. Jika perusahaannya adalah perusahaan dagang maka biaya operasionalnya adalah biaya untuk memperoleh barang dagangan, pemasaran dan kegiatan penjualan serta biaya-biaya operasional perusahaan lain. Macam-macam biaya operasional: Biaya personil (operator, bagian administrasi, pustakawan data, pengawas data); Biaya overhead (pemakaian telpon, listrik, asuransi, keamanan, supplies); Biaya perawatan perangkat keras (reparasi, service). Biaya perawatan perangkat lunak (modifikasi program, penambahan modul program); Biaya perawatan peralatan dan fasilitas; Biaya manajemen yang terlibat dalam operasi sistem; Biaya kontrak untuk konsultan selama operasi sistem; Dan Biaya depresiasi (penyusutan).

5) Keuntungan

Membahas tentang keuntungan dalam suatu usaha di bedakan menjadi 2 yaitu keuntungan yang berupa hasil penjualan dan keuntungan dalam berwirausaha dengan mendirikan usaha sendiri. Dalam perhitungan keuntungan yang di peroleh dalam setiap bulannya bahkan sampai satu tahun cara menentukannya yaitu dengan melihat berapa omset yang dihasilkan perbulannya kemudian ditentukan dengan cara pengeluaran modal dan sebagainya kemudian barulah keuntungan dapat ditentukan.

Selanjutnya keuntungan Membuka bisnis sendiri memang lebih disarankan. Pasalnya, kita bisa belajar lebih mandiri dan lebih peka terhadap peluang usaha yang ada di sekeliling kita. Selain itu, kita juga tidak terbebani oleh perintah yang datang dari atasan.

Itulah keuntungan-keuntungan yang bisa didapatkan saat membuka bisnis sendiri. Tak dapat dimungkiri, membuka bisnis sendiri ataupun bersama partner memiliki pro dan kontra masing-masing. Untuk itu, kita perlu siap siaga ketika hal-hal yang tidak diharapkan terjadi. Intinya sedia payung sebelum hujan.

6) Gaji

Gaji adalah balas jasa atas faktor produksi tenaga kerja yang tidak dipengaruhi oleh produksi atau pembayaran atas penyerahan jasa yang dilakukan oleh para karyawan. Gaji lebih banyak dipakai untuk para karyawan yang dibayar secara bulanan. Sedangkan upah adalah bayaran yang diberikan untuk para pekerja harian, diberikan pada para pekerja dan dibayarkan berdasarkan hari kerja.

7) Faktor pendukung dan penghambat industri

Faktor pendukung adalah faktor-faktor yang mendukung, mengajak, dan mempengaruhi kondisi material sendiri yang bersifat ikut serta dalam dukungan suatu kegiatan. Diantaranya : Kegunaan alam yang melimpah, Jenis lingkungan alam yang tersebar di Indonesia sekarang dapat menimbulkan interaksi antara daerah, Letak Indonesia yang strategis untuk pemasaran produk industri, Faktor pendukung utama ialah modal (uang, alat, perlengkapan) dan bahan baku yang mudah didapat secara terus-menerus, Jalur bisnis pemasaran lebih banyak, sekarang lebih efisien dengan adanya aplikasi yang menunjang bidang usaha.

Faktor penghambat adalah faktor yang sifatnya menghambat jalannya suatu kegiatan dan bersifat seperti menggagalkan suatu hal. Diantaranya : Pemasaran yang kurang lancar karena persaingan dari barang lain atau bahan pengganti sejenis yang berharga lebih murah, Barang yang disediakan sudah tidak sesuai dengan selera konsumen, Modal relatif kurang lancar, Bahan baku untuk jeni-jenis barang tertentu sangat bergantung kepada ekspor dari negara lain, Sarana dan prasarana pendukung industri belum merata, Tenaga ahli terampil yang terbatas. Faktor penghambat yang di alami mulai dari jaringan yang kurang mendukung, kurang mahirnya menggunakan aplikasi sampai dengan pelanggan yang memesan melalui sosial media namun tidak datang mengambil pesannya. Hal inilah yang menjadi faktor penghambat dalam menjalankan usaha melalui penerapan e-business.

8) Bahan pokok bagi suatu industri

Dalam sebuah industri, baik itu industri rumahan maupun industri berskala besar tentu memiliki bahan baku yang diolah menjadi sebuah produk. Bahan baku

adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk di mana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya (atau merupakan bagian terbesar dari bentuk barang). Sedangkan biaya bahan baku adalah seluruh biaya untuk memperoleh sampai dengan bahan siap untuk digunakan yang meliputi harga bahan, ongkos angkut, penyimpanan, dan lain-lain.

Industri rumah tangga yang tergolong dalam usaha yang membuat makanan jadi atau kue dan sejenisnya bahan pokoknya tentu memiliki bahan dasar misalkan beras, tepung, gula, dsbnya itu tergantung dari jenis industri yang dimiliki.

9) Persaingan (pesaing) dalam usaha atau berbisnis

Pesaing adalah mereka yang mengejar sasaran pasar yang sama. Perusahaan harus terus membandingkan produk, harga, distribusi, promosi dengan pesaingnya. Ada empat tingkat persaingan perusahaan dengan melihat hal-hal sebagai berikut. Persaingan merk, Pesaing adalah perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa sejenis kepada pelanggan dan harga relatif sama. Misalnya Aqua dengan Ades, Aqua dengan Zam. Persaingan industri, Pesaing adalah semua perusahaan yang membuat jenis produk yang sama. Misalnya Aqua dengan semua produsen air minum dalam kemasan (AMDK). Persaingan bentuk, Pesaing adalah semua produk manufaktur perusahaan yang memberikan jasa yang sama.

Misalnya Aqua dengan semua produk minuman alam kemasan dan minuman ringan seperti coca-cola, teh, sari buah, dan sebagainya. Persaingan umum, Pesaing adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapat

konsumen yang sama. Misalnya Perusahaan yang memproduksi barang konsumsi, peralatan dapur dan lain-lain.

Untuk menjalankan usaha itu sangatlah tidak mudah, sebagai enterpreneur anda harus mempertimbangkan usaha yang sedang ataupun akan anda rintis. Mulai dari mental, modal, dan ide harus anda persiapkan. jangan sampai anda pada saat di tengah jalan ide untuk mengembangkan usaha anda habis atau pun karena beratnya persaingan karena kalau anda tidak sungguh menjalankan usaha anda sendiri, bisa saja menyebabkan usaha anda bangkrut dan mengalami kerugian.

10) Mempromosikan produk hasil usaha

Promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup empat P: price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat.

Orang melakukan promosi untuk mencapai suatu tujuan tertentu, adapun tujuan promosi berdasarkan rangkuman dari berbagai sumber adalah : Untuk menyebarkanluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial, Untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut, Untuk menaikkan penjualan serta laba/keuntungan, Untuk membedakan dan mengunggulkan produknya dibandingkan dengan produk kompetitor, Untuk branding atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan, dan Untuk merubah tingkah laku dan pendapat konsumen tentang suatu produk.

Kesimpulannya, tujuan utama dari promosi adalah produsen atau distributor akan mendapatkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau keuntungan.

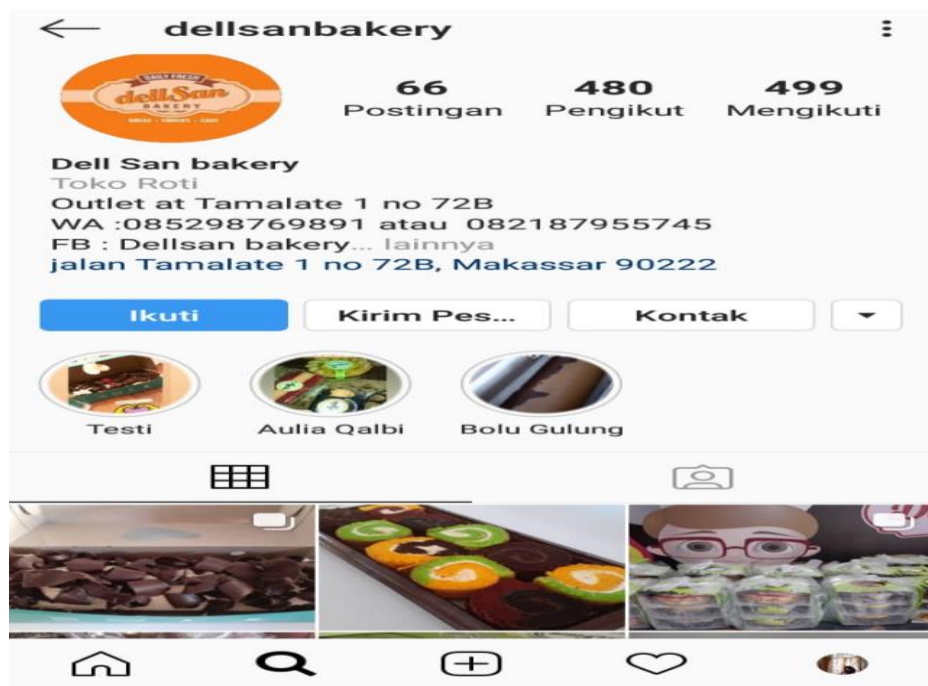
11) Harga

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual.

Sesuai penjelasan poin-poin di atas pelaku industri rumah tangga Kelurahan Tidung telah mengimplementasikannya dengan menjalankan sistem *e-business*. Berikut gambar implementasi *e-business* oleh industri rumah tangga di Kelurahan Tidung:



4.4 Gambar promosi melalui sosial media I



4.5 Gambar Promosi melalui sosial media II

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Untuk mempertahankan eksistensinya industri rumah tangga ini harus mampu bersaing, menciptakan kreativitas dan inovasi yang baru, penambahan modal untuk lebih mengembangkan usahanya di masa sekarang dan di masa yang akan datang.

Industri rumah tangga ini merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan peluang ekonomi secara luas kepada masyarakat Rw 02 Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar yang berperan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat.

B. Saran

Pelaku industri rumah tangga lebih memperhatikan produk yang dipasarkan serta berusaha mempelajari dan menambah ilmu tentang berbisnis online serta pemerintah kelurahan tidung harus lebih memperhatikan para industry rumah tangga dengan memberikan pelatihan-pelatihan, baik untuk produksi dan pemasaran produk yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Muri Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Agustina Lisa, 2012. Studi Potensi Wisata Kuliner Di Kabupaten Kotawaringin Barat Provinsikalimantan Tengah Tahun 2012. *Skripsi*. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Besra Eri. 2012. Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang. Vol 12 No . 1 / Maret 2012.
- Chalid Imran Musa, and Muhammad Hasan. 2018. The Influence of Social, Economic, and Demographic Characteristic on Working Hours of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Makassar City, J. Phys.: Conf. Ser. 1028 012181.
- Darma Gede Sri, 2014. Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Undiknas Graduate School. Volume 11, No. 1, Pebruari 2014.
- Dewi Irmawati. 2011. *Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis*, (Online). ([http://www.academia.edu/download/36013991/PEMANFAATAN E-COMMERS DALAM DUNIA BISNIS.pdf](http://www.academia.edu/download/36013991/PEMANFAATAN_E-COMMERS_DALAM_DUNIA_BISNIS.pdf), diakses 26 Januari 2019)
- Diana, A. (2001). Mengenal E-Business. Diterjemahkan oleh Fandy Tjiptono, Yogyakarta: Andi.
- Dinar, Muhammad, dan Hasan, Muhammad. 2018. Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Dri Handarkho, Yonathan, DKK, 2017. Penerapan Strategi E-business Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dari Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (Studi kasus Trooper Electronic Yogyakarta) Penerapan Strategi E-business Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dari Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (Studi kasus Trooper Electronic Yogyakarta). *Artikel jurnal*. 4 Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Volume 8, Nomor 4, Oktober 2017: 201-212.

- Fitriana, Aisyah N, Irwan Noor dan Ainul Hayat. 2014. Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu. Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Publik (Jap), Vol. 2 No. 2, Hal.281-286.
- Harisno, 2009.E-Business dan E-Commerce sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan.*Jurnal.Bidang Multimedia*, Pusat Informasi Agribisnis Kementerian Pertanian, Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Nusantara. CommIT, Vol. 3 No. 2 Oktober 2009, hlm. 66 – 69.
- Hasan, Muhammad. 2014. Produktivitas dan Elastisitas Kesempatan Kerja Sektor Industri. Jurnal Economix Volume 2, No. 1 Desember 2014 ISSN 2302-6286. Makassar: Fakultas Ekonomi UNM.
- Hasan, Muhammad. 2014. Koperasi, UMKM, dan Kewirausahaan. Makassar: Cara Baca. ISBN 978-602-1175-08-8
- Hasan, Muhammad. 2018. Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND) Volume 1, No. 1 Januari 2018 p-ISSN: 2614-2139; e-ISSN: 2614-1973.
- Hasan, Muhammad. 2018. Pendidikan Ekonomi Informal: Bagaimana Pendidikan Ekonomi Membentuk Pengetahuan Pada Bisnis Keluarga?. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan (JEKPEND) Volume 1, No. 2 Juli 2018 p-ISSN: 2614-2139; e-ISSN: 2614-1973.
- Hasan, Muhammad, dan Azis, Muhammad. 2018. Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Hasan, M., Musa, C.I., Arismunandar, Tahir, T., Azis, M. 2019. Entrepreneurship Education, Family Capital, and Family Business Performance in Makassar, South Sulawesi, Indonesia. International Journal of Science & Engineering Development Research, 4(6), 269-272.
- Hasan, M. 2019. Characteristic of Human Development: Socio-economic Dimension. KnE Social Sciences, 3(11), 865–874. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.4055>

- Hasyim, Hajerah, dan Hasan, Muhammad. 2017. Strategi Pemberdayaan dan Keunggulan Bersaing Industri Kecil, Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis ke 56 Universitas Negeri Makassar. Makassar: Penerbit UNM.
- Hasyim, S. H., Hasan, M., & Imam, M. 2018. Characteristics of the Consumption Pattern of Household ' s Small Businesses :, 57(Piceeba), 426–433.
- Herman, Yakub, 2010. Kajian Tentang Perkembangan E-Business Terhadap Praktik Bisnis. *Jurnal.Jurusan Teknik Informatika, STMIK Dharma Putra. CommIT*, Vol. 4 No. 2 Oktober 2010, *hlm.* 86 – 89.
- Howara Dafina, DKK, 2013. Prospek Pengembangan Usaha Pada Industri Rumah Tangga Kacang Telur “Ohara” Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu. Volume 1 No.1, April 2013 : 2338-3011.*
- Hutabarat LB. Ruth Florida W. M, 2015.Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif.*Jurnal.Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*.Vol. 7, No 1 Maret 2015.
- Indrajit, R. E. (2002). Konsep dan Aplikasi E-Business. Yogyakarta: Andi.
- M. Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*.Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Noerlina& Siti Elda Hiererra, 2013.Penilaian Pemanfaatan Teknologi E-Business Pada Industri Umkm.*Jurnal.Information Systems Department, School of Information Systems, Binus University. ComTech Vol.4 No. 2 Desember 2013: 1216-1224.*
- Nurmedika, 2013. Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Industri Rumah Tangga Tiara Di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu. Volume 1, No.3, Agustus 2013.*
- Sari Novita, 2018. Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.Volume 2 Nomor 1 Januari - Juni 2018.
- Saifuddin Zuhri.2013. Analisis Pengembangan Usaha Kecil *Home* Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*(On line). Vol. 2 , Nomor. 3, (<http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/>, diakses 26 Januari 2019).

- Setiadi.Tedi, &Fahana Jefree. 2010. Pengembangan Aplikasi Untuk Menentukan daerah Pencemaran Limbah Home Industry Berbasis Sistem Geografis. *Jurnal Informatika* (On line), Vol. 4, nomor. 2, (<https://www.neliti.com/publications/103896/>, diakses 26 Januari 2019).
- Siti Susana.2012. *Peranan Home Industri Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Mengkirau Kecamatan Merbau)*.Skripsi diterbitkan.Riau : Program Sarjana Universitas Islam Negeri.
- Sumampouw Novel Novri, Laoh O. Esry , DKK, 2015. Analisis Tingkat Keuntungan Usaha Rumah Tangga Kue Lumpia Di Kelurahan Bumi Nyiur Kecamatan Wanea. *Jurnal*.Volume 11 Nomor 3A, November 2015: 125 – 142.
- Tjokro Cynthia, 2017. Pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Teknologi Informasi Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Umkm Sektor Kuliner Di Kota Ambon). *Jurnal*.Politeknik Negeri Ambon. VOL 6, NO. 2, DESEMBER 2017
- Zainal, H., Parinsi, K.W., Hasan, M., Said, F., and Akib, H. (2018). The influence of strategic assets and market orientation to the performance of family business in Makassar City, Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17 (6).
- Zamzami, 2018.Determinan penerimaan daerah dan pertumbuhan ekonomi terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Jambi.*Jurnal Paradigma Ekonomika*. Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univ. Jambi.Vo.13.No.1, Januari-Juni 2018.

L

A

M

P

I

R

A

N

LEMBAR VALIDASI

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Setia Murti Makmur
 Nim : 1594043021
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Judul Penelitian : Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan *E-Business* di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar

Petunjuk:

1. Berdasarkan pendapat Bapak/Ibu, berilah tanda ceklis (✓) pada kolom yang sesuai dengan kriteria.
2. Mohon menulislah kesimpulan pada tempat yang tersedia dengan memilih salah satu kategori yang sesuai.
3. Jika ada yang perlu dikomentari, tuliskan pada tempat yang tersedia

No	Aspek yang dinilai	Penilaian		
		LD	LDR	TLD
1	Isi Lembar Pedoman Wawancara: 1. Indikator pertanyaan dirumuskan dengan jelas. 2. Tujuan pertanyaan dirumuskan dengan jelas. 3. Indikator pertanyaan menggambarkan langkah-langkah penelitian yang dilakukan 4. Pertanyaan dapat menggambarkan perspektif responden.	✓ ✓ ✓ ✓		
2	Bahasa dan Tulisan: 1. Menggunakan bahasa sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baku 2. Bahasa yang digunakan bersifat komunikatif. 3. Tulisan mengikuti aturan EYD. 4. Bahasa mudah dipahami. 5. Bahasa tidak menyinggung responden.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓		
3	Manfaat Lembar Pedoman Wawancara: 1. Dapat digunakan sebagai instrumen Wawancara penelitian 2. Dapat digunakan untuk menilai ke efektifitasan proses penelitian.	✓		✓

Untuk kesimpulan diharapkan di isikan kode di bawah ini agar dapat diketahui kelayakan lembar validasi pedoman wawancara dan pedoman observasi

Keterangan:

LD = Laya Digunakan

LDR = Layak Digunakan Dengan Revisi

TLD = Tidak Layak Digunakan

Penilaian umum

1. Mohon berikan penilaian bapak/ibu yang sesuai dengan cara melingkari angka dibawah ini!

Uraian
1. Belum dapat digunakan
2. Dapat digunakan dengan revisi banyak
3. Dapat digunakan dengan revisi sedikit
4. Dapat digunakan tanpa revisi

2. Komentar dan saran perbaikan

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Makassar , 30 Juli 2019

Validator

Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd
 NIP.19850906 201012 1 007

Fokus Penelitian	Daftar Pertanyaan	Sumber Data
Mengembangkan industri rumah tangga sektor kuliner melalui penerapan <i>e-business</i> di kota makassar	<ol style="list-style-type: none"> 1) Berapa Pendapatan bapak/ibu perbulan atau perhari? 2) Apakah bapak/ibu telah menggunakan aplikasi dalam menjalankan usaha? 3) Apakah setelah menggunakan aplikasi membuat usaha bapak/ibu menjadi lebih dikenal di masyarakat? 4) Apakah dengan menerapkan sistem jual beli menggunakan aplikasi, keuntungn (profit) bisnis bapak/ ibu meningkat? 	Pelaku industry rumah tangga sektor kuliner
Dampak dari penerapan <i>e-business</i> dalam mengembangkan industri rumah tangga di kota Makassar	<ol style="list-style-type: none"> 1). Menurut bapak/ibu, aplikasi yang digunakan telah memberikan pengetahuan serta ilmu dalam menjalankan usaha? 2). Apa saja kekurangan dari aplikasi yang bapak/ibu gunakan? 3). Apa kendala yang dialami bapak/ibu setelah menerapkan sistem jual beli menggunakan aplikasi? 4). Menurut bapak/ibu dengan adanya sistem penerapan e-business dalam industry rumah tangga sektor kuliner dapat membantu proses penjualan usaha anda? 	Pelaku industri rumah tangga sektor kuliner dan data industri rumah tangga sektor kuliner Kelurahan Tidung
Bagaimana mengimplementasikan penerapan e-business dengan benar di kelurahan tidung kecamatan rappocini di kota Makassar	<ol style="list-style-type: none"> 1). Apakah di kelurahan tidung pernah ada pelatihan tentang penggunaan aplikasi usaha dengan baik dan benar sehingga terarah? 	Pelaku industri rumah tangga sektor kuliner dan data industri rumah tangga sektor kuliner Kelurahan Tidung

	<p>2). Apakah industri rumah tangga sektor kuliner di kelurahan tidung telah menggunakan aplikasi?</p> <p>3). Apakah ada saran terhadap aplikasi bapak/ibu tentang yang telah digunakan?</p> <p>4). Harapan Bapak/ibu kedepannya tentang penerapan E-business di industri rumah tangga sektor kuliner kelurahan tidung?</p>	
--	---	--

Pedoman Wawancara

Untuk Masyarakat Yang Mengeluti Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui
Penerapan E-Business di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar

I. Identitas Diri Masyarakat

1. Nama :
(Lakilaki?Perempuan)
2. Usia :
3. Agama :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :
6. Pendidikan Terakhir :

II. Pertanyaan Penelitian

1. Berapa Pendapatan bapak/ibu perbulan atau perhari?
2. Apakah bapak/ibu telah menggunakan aplikasi dalam menjalankan usaha?
3. Apakah setelah menggunakan aplikasi membuat usaha bapak/ibu menjadi lebih dikenal di masyarakat?
4. Apakah dengan menerapkan sistem jual beli menggunakan aplikasi, keuntungan (profit) bisnis bapak/ ibu meningkat?
5. Menurut bapak/ibu, aplikasi yang digunakan telah memberikan pengetahuan serta ilmu dalam menjalankan usaha?
6. Apa saja kekurangan dari aplikasi yang bapak/ibu gunakan?
7. Apa kendala yang dialami bapak/ibu setelah menerapkan sistem jual beli menggunakan aplikasi?
8. Menurut bapak/ibu dengan adanya sistem penerapan e-business dalam industry rumah tangga sektor kuliner dapat membantu proses penjualan usaha anda?
9. Apakah di kelurahan tidung pernah ada pelatihan tentang penggunaan aplikasi usaha dengan baik dan benar sehingga terarah?
10. Apakah industri rumah tangga sektor kuliner di kelurahan tidung telah menggunakan aplikasi?
11. Apakah ada saran terhadap aplikasi bapak/ibu tentang yang telah digunakan?
12. Harapan Bapak/ibu kedepannya tentang penerapan E-business di indutri rumah tangga sektor kuliner kelurahan tidung?









KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jl. Raya Pendidikan – Makassar Telepon. 0411-889464, 881244. Fax. 0411-887604
Laman: www.unm.ac.id/fakultas-ekonomi.html

Perihal : Permohonan Seminar Proposal

Yth. Kaprodi Pendidikan Ekonomi UNM

Dengan Hormat,

Sehubungan tidak diadakannya Ujian Komprehensif untuk Mahasiswa Angkatan 2015 Prodi Pendidikan Ekonomi, Maka Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Setia Murti Makmur
NIM : 1594043002
Prodi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan : 2015

Ingin memohon kepada Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi untuk diberikan ijin mengikuti Seminar proposal dengan judul "Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Desa melalui Kewirausahaan Berbasis Sumberdaya Pesisir di Desa Mattiro tasi Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang".

Sebagai bahan pertimbangan, saya lampirkan :

1. KRS
2. KSM
3. Kartu Kontrol Seminar
4. Buku Konsultasi Skripsi
5. Lembar Persetujuan ACC Judul
6. Lembar Persetujuan pembimbing
7. Lembar SK Pembimbing
8. Lembar Pengesahan Proposal
9. Lembar Transkrip Nilai

Demikian permohonan ini saya buat, dengan harapan kiranya diterima. Atas perkenaan Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Makassar, 12 Maret 2019

Mengetahui :

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi

Mahasiswa


Muhammad Dinar SE. M.S
NIP. 19591217 198702 1 002


Setia Murti Makmur
NIM. 1594043002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

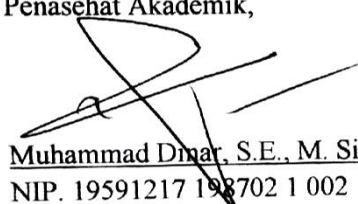
Alamat : Jl. Raya Pendidikan – Makassar Telepon. 0411-889464, 881244. Fax. 0411-887604
Laman: www.unm.ac.id/fakultas-ekonomi.html

USULAN JUDUL TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Setia Murti Makmur
NIM : 1594043002
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Tempat/ Tgl. Lahir : Raha, 20 September 1997
Judul yang diajukan :

1. Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan E-Business Di Kota Makassar
2. Analisis Pertumbuhan Industri Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kota Makassar
3. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kab.Soppeng

Disetujui Oleh
Penasehat Akademik,


Muhammad Dinar, S.E., M. Si
NIP. 19591217 198702 1 002

Makassar, 07 Januari 2019
Diajukan Oleh
Mahasiswa Ybs,


Setia Murti Makmur
NIM. 1594043002

PERSETUJUAN PIMPINAN PROGRAM STUDI


Judul yang disetujui :
Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan E-Business
Di Kota Makassar

Pembimbing yang ditunjuk:

1. Muhammad Dinar, S.E., MS
2. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd

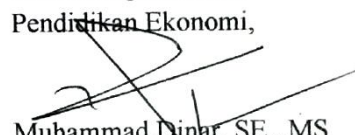


Wakil Dekan Bidang Akademik,


H. Hamrin Tahir, M.Si
NIP. 19620111 198702 1 001

Mengetahui :

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi,


Muhammad Dinar, SE., MS
NIP.19591217 198702 1 002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jl. Raya Pendidikan – Makassar Telepon. 0411-889464, 881244. Fax. 0411-887604
Laman: www.unm.ac.id/fakultas-ekonomi.html

Nomor : 0241/UN36.22/TU/2019
Lampiran : 1 (satu) eks.
Hal : Usulan Penerbitan SK Pembimbingan

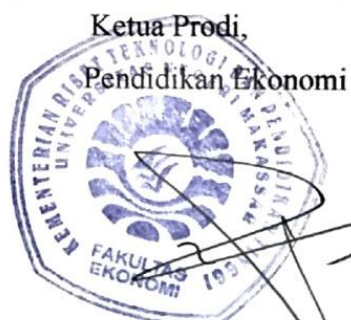
Makassar, 07 Januari 2019

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi UNM

di Makassar

Dengan hormat, dengan ini Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi mengusulkan untuk mahasiswa yang tersebut (terlampir) dalam surat ini diterbitkan SK Pembimbingannya sebagaimana yang tercantum dalam persetujuan Pimpinan Program Studi.

Demikian penyampaian kami, atas perhatian dan kerjasama Bapak diucapkan terima kasih.



Ketua Prodi,
Pendidikan Ekonomi

(Muhammad Dinar, SE., MS)
NIP. 19591217 198702 1 002



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI
Jl. A.P Pettarani Kampus UNM Gunung Sari Baru Makassar Telp. (0411)885105

PERSETUJUAN JUDUL DAN CALON PEMBIMBING



A. IDENTITAS

Nama : Setia Murti Makmur
 Tempat/Tgl Lahir : Raha, 20 September 1997
 Nomor Induk Mahasiswa : 1594043002
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Fakultas : Ekonomi / Universitas Negeri Makassar
 Alamat : Jl. Batua Raya 6

B. JUDUL SKRIPSI YANG DISETUJUI

**Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner melalui Penerapan
 E-Busines Di Kelurahan Tidung Kecamatan Rapocini Kota Makassar**

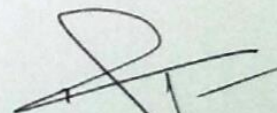
C. PEMBIMBING YANG DITUNJUK

No.	Nama Pembimbing	Tanda Tangan
1.	<u>Muhammad Dinar, S.E.,MS</u> NIP:19591217 198702 1 002	
2.	<u>Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 19850906 201012 1 007	

Makassar, 12 Maret 2019

Di setujui

Ketua Prodi Pendidikan ekonomi



Muhammad Dinar, S.E.,MS
NIP:19591217 198702 1 002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jl. Raya Pendidikan – Makassar Telepon. 0411-889464, 881244. Fax. 0411-887604
Laman: www.unm.ac.id/fakultas-ekonomi.html

KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
NOMOR : 0241/UN36.22/KM/2018
T E N T A N G
PENGANGKATAN PEMBIMBING
BAGI MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
TAHUN 2018

Menimbang : Usulan Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan nomor surat 0241/UN36.22/KM/2018 pada tanggal 7 Januari 2019 tentang Usulan Penerbitan SK Pembimbingan.

1. Bahwa dalam rangka kelancaran penyelesaian studi untuk penulisan Skripsi bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, maka dipandang perlu menetapkan Pembimbing.
2. Bahwa untuk maksud tersebut di atas, maka dipandang perlu menerbitkan surat keputusannya;

Mengingat : 1. Keputusan Dirjen Dikti No. 132/DIKTI/Kep/1997;
2. Keputusan Rektor UNM No. 583/H36/KP/2010;
3. Keputusan Rapat Pimpinan Fakultas dan Ketua Prodi tanggal 20 Agustus 2018

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar
Pertama : Menunjuk sebagai pembimbing Skripsi Saudara(i) **Setia Murti Makmur, NIM 1594043002**, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan Judul Skripsi **Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner Melalui Penerapan E-Business di Kota Makassar**, dibimbing oleh :

1. Muhammad Dinar, S.E., M.S
2. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd

Kedua : Jika selama maksimal enam bulan tidak ada komunikasi/interaksi akademik antara mahasiswa dengan Tim Pembimbingnya, maka Surat Keputusan ini batal dengan sendirinya.

Ketiga : Segala biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan keputusan ini dibebankan pada anggaran yang tersedia pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Keempat : Surat Keputusan ini berlaku pada tanggal ditetapkan, sampai dengan selesainya ujian tutup yang bersangkutan, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Makassar
Pada Tanggal : 9 Januari 2019
a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. H. Hamdan Yahir, M.Si
NIP. 196201111987021001

Tembusan:
1. Rektor UNM
2. Ketua Prodi FE UNM
3. Mahasiswa/i ybs.

HALAMAN PENGESAHAN

Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan persetujuan Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Untuk membimbing saudara:

Nama : SETIA MURTI MAKMUR

NIM : 1594043002


Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Judul Penelitian : **PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA
SEKTOR KULINER MELALUI PENERAPAN E-
BUSINESS DI KELURAHAN TIDUNG KECAMATAN
RAPOCINI KOTA MAKASSAR**

Menyatakan bahwa proposal ini telah diperiksa dan dapat diajukan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

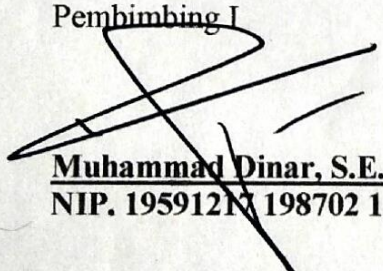
Makassar, 08 Maret 2019

Yang Mengajukan,


Setia Murti Makmur
NIM. 1594043002

Disetujui Oleh:

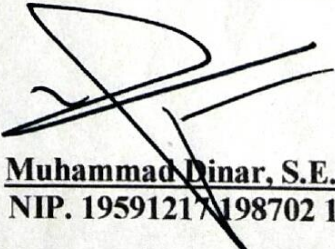
Pembimbing I


Muhammad Dinar, S.E., M.S.
NIP. 19591213 198702 1 002

Pembimbing II


Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd
NIP. 19850906 201012 1 007

Mengetahui,
Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi


Muhammad Dinar, S.E., M.S.
NIP. 19591213 198702 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

Makassar, 08 Maret 2019

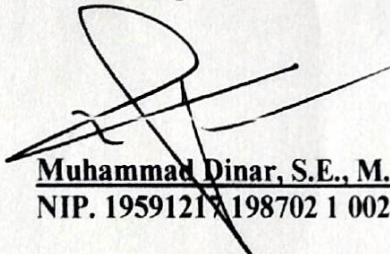
Yang Mengajukan,



Setia Murti Makmur
NIM. 1594043002

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Muhammad Dinar, S.E., M.S.
NIP. 19591217 198702 1 002

Pembimbing II

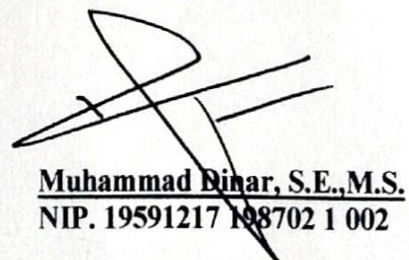


Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd
NIP. 19850906 201012 1 007

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi

Fakultas Ekonomi



Muhammad Dinar, S.E., M.S.
NIP. 19591217 198702 1 002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. P. Pettarani Kampus Gunung Sari Baru Makassar Telp. 889464

Nomor : 3078/UN36.22/KM/2019
 Hal : Persetujuan Waktu Seminar Proposal

Kepada

Yth : Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji/Penanggap

Di -

Tempat

Dalam Rangka Seminar Proposal Mahasiswa

Nama : Setia Murti Makmur
 Nim : 1594043002

Dimohon Kesediaan Bapak/Ibu dosen untuk memberikan persetujuan waktu Proposal:

No	Nama Dosen	Jabatan	Waktu Yang Disediakan	Tanda Tangan
1	Muhammad Dinar, S.E., M.S	Ketua Prodi	Jum'at, 10 Mei 2019 Pukul, 09.00 WITA	1.
2	Muhammad Dinar, S.E., M.S	Pembimbing I		2.
3	Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd	Pembimbing II		3.
4	Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si	Penanggap I		4.
5	Nur Arisa, S.Pd., M.Pd	Moderator		5.

Makassar, 06 Mei 2019
 Ketua Program Studi
 Pendidikan Ekonomi



Muhammad Dinar, SE, M.S
 NIP. 19591217 198702 1 002



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat: Jl. A. P. Pettarani Kampus Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

TANDA TERIMA PROPOSAL PENELITIAN

HADIR SESUAI JADWAL UJIAN

Nama : Setia Murti Makmur
Nim : 1594043002
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Hari/Tanggal : Jumat, 10 Mei 2019
Waktu : 09.00 – selesai
Tempat : Ruang Seminar (ICT Lt.1)

No	Nama Dosen/Nip	Tanda Tangan
1.	Ketua Program Studi Muhammad Dinar, S.E., M.S NIP. 19591217 198702 1 002	1.
2.	Pembimbing I Muhammad Dinar, S.E., M.S NIP. 19591217 198702 1 002	2.
3.	Pembimbing II Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd NIP. 19850906 201012 1 007	3.
4.	Penanggap Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si NIP. 19620111 198702 1 001	4.
5.	Moderator Nur Arisah, S.Pd., M.Pd	5.

Makassar, 09 Mei 2019

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi

Muhammad Dinar, S.E., M.S
NIP. 19591217 198702 1 002

Harap diberi informasi bila berhalangan hadir sesuai jadwal seminar di atas,.....



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jl. A. P. Pettarani Kampus Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

DAFTAR PESERTA SEMINAR HASIL

Nama : Setia Murti Makmur
 Nim : 1594043002
 Jurusan : Pendidikan Ekonomi
 Hari/Tanggal : Jumat, 10 Mei 2019
 Waktu : 09.00– Selesai Wita
 Tempat : Ruang Seminar (ICT lt.1)

No	Nip/NIDN/NIM	Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan
1	19591217 198702 1 002	Muhammad Dinar, SE, M.S.	Ketua Prodi	
2	19591217 198702 1 002	Muhammad Dinar, SE, M.S.	Pembimbing 1	
3	19850906 201012 1 007	Muhammad Hasan, S.pd., M.Pd	Pembimbing 2	
4	19620111 198702 1 001	Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si	Penanggung	
5		Nur Arisah, S.Pd., M.Pd	Moderator	
6	1594043079	Ripikata Hosenah	Peserta	
7	1594041014	SITI SYAFIRAH S	—	
8	1594041017	Sitti Hartina Hamidu	Peserta	
9	181092002	Ade Hajarul Aswadi	Peserta	
10	1594043026	SITI RAPIKA	Peserta	
11	1594043021	Kusnia Fadhila	Peserta	
12	1594043021	Nurlinda	Peserta	
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jl. A. P. Pettimari Kampus UNM Gunung Sari Baru Makassar Telp. 889464

BUKTI PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN

NAMA : Setia Murti Makmur
NIM : 1594043002
PRODI : PENDIDIKAN EKONOMI

No.	Pembimbing/Penanggung	Saran	Ket.	Tanda Tangan
1	Muhammad Dinar, S.E, M.S		Diperbaiki	
2	Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan materi pada teori perancangan promosi. 	Diperbaiki	
3	Dr. H. Thamrin Tabir, M.Si	<ul style="list-style-type: none"> • Mencantumkan media promosi yang di gunakan 	Diperbaiki	



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Kampus Gunung sari Baru-Makassar Telepon 0411-889464 Fax, 0411-887406

Nomor : 4331/UN36.7/PL/2019
Lampiran : 1 Proposal
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. SulSel
di
Tempat

Dengan hormat,
Dimohon kiranya kepada mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini, dapat diberikan izin mengadakan penelitian untuk keperluan pengumpulan data dalam rangka penulisan skripsi:


Nama : SETIA MURTI MAKMUR
NIM : 1594043002
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dosen Pembimbing :
1. **Muhammad Dinar, S.E., MS**
2. **Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd**

Masalah yang diteliti :
**"PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI
PENERAPAN E- BUSINEBS DI KEL. TIDUNG KEC. RAPPOCINI KOTA
MAKASSAR"**

Atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Makassar,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si.
NIP. 19620111 198702 1 001



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 19598/S.01/PTSP/2019
 Lampiran :
 Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth.
 Walikota Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Pembantu Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar Nomor : 4331/UN36.22/PL/2019 tanggal 12 Juli 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **SETIA MURTI MAKMUR**
 Nomor Pokok : 1594043002
 Program Studi : Pend. Ekonomi
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
 Alamat : Jl. AP. Pettarani Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI PENERAPAN E-BUSINES DI KEL. TIDUNG RAPPOCINI KOTA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **15 Juli s/d 15 September 2019**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada tanggal : 12 Juli 2019

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
 Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN, SE., MS.
 Pangkat : Pembina Utama Madya
 Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
 1. Pembantu Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar di Makassar;
 2. Pertinggal.

SIMAP PTSP 15-07-2019



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111
 Telp +62411 – 3615867 Fax +62411 – 3615867
 Email : Kesbang@makassar.go.id Home page : <http://www.makassar.go.id>

Makassar, 17 Juli 2019

K e p a d a

Nomor : 070 /2019 -II/BKBP/VII/2019
 Sifat :
 Perihal : Izin Penelitian

Yth. CAMAT RAPPOCINI
 KOTA MAKASSAR

Di –
 MAKASSAR

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 19598/S.01/PTSP/2019 Tanggal 12 Juli 2019, Perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa :

Nama : **SETIA MURTI MAKMUR**
 NIM / Jurusan : 1594043002 / Pend. Ekonomi
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UNM
 Alamat : Jl. AP. Pettarani , Makassar
 Judul : **"PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI PENERAPAN E-BUSINES DI KEL. TIDUNG KEC. RAPPOCINI KOTA MAKASSAR"**

Bermaksud mengadakan *Penelitian* pada Instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka *Penyusunan Skripsi* sesuai dengan judul di atas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal **17 Juli s/d 15 September 2019**.

Sehubungan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami dapat **menyetujui** dengan **memberikan surat rekomendasi izin penelitian** ini dan harap diberikan bantuan dan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan kepada Bapak untuk dimaklumi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.

A.n. WALIKOTA MAKASSAR
 KEPALA BADAN



Dr. ANDI SYAHRUM, SE.,M.Si

Pangkat : Pembina Tk. I

NIP. 19660517 200112 1 002

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prov. Sul – Sel. di Makassar;
2. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prov. Sul Sel di Makassar;
3. Pembantu Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar di Makassar ,
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR KECAMATAN RAPPOCINI

JL. TEDUH BERSINAR No.9 ☎ 0411- 867947 FAX. 0411- 860907 MAKASSAR ✉ 90211

Makassar, 19 Juli 2019

Nomor : 070 / 2447 / KRC / VII / 2019
Perihal : Izin Penelitian

K e p a d a
Yth. Lurah Tidung
di-
M a k a s s a r

Menindak lanjuti Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar Nomor : 070/ 2447-II/BKBP/VII/2019 Tanggal 18 Juli 2019, Perihal tersebut diatas, mal bersama ini disampaikan kepada saudara bahwa :

N a m a : SETIA MURTI MAKMUR
Nim/Jurusan : 1594043002/ Pend. Ekonomi
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)/ UNM
A l a m a t : Jl. AP. Pettarani, Makassar
Judul :

" PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI PENERAPAN E-BUSINES DI KEL. TIDUNG KEC. RAPPOCINI KOTA MAKASSAR "

Bermaksud mengadakan "**Penelitian**" Pada Instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka **Penyusunan Skripsi** sesuai dengan judul diatas , yang akan dilaksanakan mulai tanggal 17 Juli s/d 15 September 2019.

Demikian disampaikan dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasil penelitian kepada walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.

An. CAMAT
Kasi Pemerintahan, Kinerja Lurah & RT/RW


SILAHA HAMZAH, SE
Pangkat : Penata Tk.I
NIP.19680925 199603 2 004

Tembusan disampaikan kepada

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prop. Sul-sel di Makassar;
2. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prov. Sul = Sel di Makassar;
3. Pembantu Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar di Makassar;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip



**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
KECAMATAN RAPPOCINI
KELURAHAN TIDUNG**

Alamat Kantor : Jln. Mappala Blok D5 No. 8 Tlp (0411) 840-188 Kode Pos 90222



Makassar, 22 Juli 2019

Nomor : 070 / 73 / KTD / VII / 2019
Lampiran : -
Perihal : Info Penelitian

Kepada
Yth. Ketua RW.02
Kel Tidung
Di -
Makassar

Merindak lanjut Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kota Makassar Nomor : 070 / 2447-II / BKBP / VII / 2019 dan Surat dari Kecamatan Rappocini Nomor : 070 / 313 / KRC / VII / 2019 perihal tersebut di atas dan maka bersama ini disampaikan kepada Saudara bawha :

Nama	: SETIA MURTI MAKMUR
Pekerjaan	: Mahasiswa (SI) / UNM
Alamat	: Jl. AP. Pattanani Makassar
Judul	: " PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI PENERAPAN E-BUSINES DI KEL. TIDUNG KEC. RAPPOCINI KOTA MAKASSAR "

Bermaksud mengadakan Penelitian Pada instansi/Wibayah Bapak dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul diatas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal 17 Juli s/d 15 September 2019.

Berikut disampaikan untuk difasilitasi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasil penelitian kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kota Makassar.



Tembusan Di sampaikan kepada Yth :

1. Camat Rappocini
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip



**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
KECAMATAN RAPPOCINI
KELURAHAN TIDUNG**

Alamat Kantor : Jln Mappala Blok D5 No. 8 Tlp (0411) 840-188 Kode Pos 90222



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN
NO : 456 / KTD / VIII / 2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Lurah Tidung Kecamatan rappocini menerangkan bahwa :

- a. Nama : **SETIA MURTI MAKMUR**
- b. Pekerjaan : Mahasiswa (SI) UNM
- c. Alamat : Jl. AP. Petterani Makassar

Benar yang bersangkutan tersebut diatas telah melakukan Penelitian dengan judul skripsi
**“PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA SEKTOR KULINER MELALUI
 PENERAPAN E-BUSINES DI KELURAHAN TIDUNG KECAMATAN RAPPOCINI
 KOTA MAKASSAR “** waktu penelitian pada tanggal 17 Juli s/d 15 September 2019 di

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 19 Agustus 2019


LURAH TIDUNG

LYLIANI SUNARNO, S.Sos
 Pangkat : Penata Tk. I
 NIP. 19710805 199603 2 005



RIWAYAT HIDUP

Setia Murti Makmur lahir pada tanggal 20 September 1997 di Raha, Kecamatan Katobu, Kabupaten Muna, Provinsi Sulawesi Tenggara. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Drs.Makmur dan Dra.Roskina, M.Si Pendidikan formal mulai ditempuh di Sekolah Dasar pada tahun 2003 di SDN 05 Katobu dan selesai pada tahun 2009.

Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikannya ke jenjang Sekolah Menengah Pertama pada tahun yang sama di SMPN 1 Liliraja. Setelah menyelesaikan pendidikannya di Sekolah Menengah Pertama. Penulis kemudian, melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas pada tahun 2012 di SMA Negeri 1 Liliraja dan selesai pada tahun 2015. Setelah menyelesaikan pendidikannya di Sekolah Menengah Atas, penulis melanjutkan pendidikannya di salah satu Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya Universitas Negeri Makassar. Penulis sekarang sedang menempuh pendidikannya di tahun keempat di Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi S1. Pengalaman organisasi penulis selama menimba ilmu di Universitas Negeri Makassar adalah Menjadi Pengurus Lembaga Kekayaan Selama 2 tahun di Koperasi Mahasiswa “Almamater” UNM.